

**PENGARUH MATERI PRINSIP EKONOMI KONSUMEN
PADA MATA PELAJARAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
TERPADU TERHADAP PERILAKU MEMBELI SISWA
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA
DWI SEJAHTERA
PEKANBARU**



Oleh

**FITRI
NIM. 10716000644**

**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1432 H/2011 M**

**PENGARUH MATERI PRINSIP EKONOMI KONSUMEN
PADA MATA PELAJARAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
TERPADU TERHADAP PERILAKU MEMBELI SISWA
SEKOLAH MENENGAH PERTAMA**

DWI SEJAHTERA

PEKANBARU

Skripsi

Diajukan untuk Memperoleh Gelar

Sarjana Pendidikan

(S.Pd.)



Oleh

FITRI

NIM. 10716000644

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN EKONOMI
FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU
1432 H/2011 M**

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul *Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru*, yang ditulis oleh Fitri NIM. 1071600644 dapat diterima dan disetujui untuk diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 21 Syawwal 1432 H
20 Juni 2010 M

Menyetujui

Ketua Program Studi
Pendidikan Ekonomi

Pembimbing

Dra. Nurasmawi, M.Pd.

Dra. Nurasmawi, M.Pd.

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul *Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru*, yang ditulis oleh Fitri NIM. 10716000644 telah diujikan dalam sidang Munaqasyah Fakultas Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada tanggal 13 Dzulqaidah 1432 / 11 Oktober 2011. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd.) pada Program Studi Pendidikan Ekonomi.

Pekanbaru, 13 Dzulqaidah 1432 H
11 Oktober 2011 M

Mengesahkan
Sidang Munaqasyah

Ketua

Sekretaris

Drs. Hartono, M.Pd.

Dra. Nurasmawi, M.Pd.

Penguji I

Penguji II

Dra. Sukma Erni, M.Pd.

Nurahmi Hayani, S.E.,MBA.

Dekan
Fakultas Tarbiyah dan Keguruan

Dr. Hj. Helmiati, M.Ag.
NIP. 97002221997032001

PENGHARGAAN

Assalamualaikum wr.wb.

Segala puji dan syukur hanya bagi Allah SWT Sang khaliq Yang Maha Sempurna yang telah memberikan taufik, hidayah dan inayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang sangat sederhana ini. Lantunan Shalawat beriring salam penulis hadiahkan bagi sang pioner sejati Baginda Muhammad saw yang telah berjasa membawa dan mengembangkan risalah Allah yakni Islam sebagai pedoman dan panduan hidup untuk kebahagiaan dunia dan akhirat.

Melalui kesempatan yang baik ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil, langsung dan tidak langsung terutama kepada suami dan anak tercinta Kusmianto, Naila yang sejak awal kuliah sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Rasa terima kasih ini penulis sampaikan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir selaku Rektor UIN SUSKA RIAU.
2. Ibu Dr. Hj. Helmiati, M.Ag. Selaku Dekan Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
3. Bapak Drs. Azwir Salam, M.Ag. Selaku Pembantu Dekan. Bidang Akademis.
4. Bapak Drs. Hartono, M.Pd. Selaku Pembantu Dekan. Bidang Adm dan Keuangan.
5. Bapak Prof. Dr. H. Salfen Hasri, M.Pd. Selaku Pembantu Dekan. Bidang Kemahasiswaan.

6. Ibu Dra. Nurasmawi, M.Pd. selaku Ketua Program Studi Pendidikan Ekonomi. Sekaligus selaku pembimbing skripsi penulis yang selalu sabar dan tidak pernah bosan dalam memberikan arahan kepada penulis.
7. Bapak Drs, Akmal. M.Pd. selaku Sekretaris Program Studi Pendidikan Ekonomi.
8. Seluruh Dosen, Karyawan dan Karyawati UIN SUSKA RIAU, khususnya Fakultas Tarbiyah dan Keguruan.
9. Kedua Orang Tua penulis. Ayahanda tercinta Zulkifli yang tak kenal lelah mencari nafkah demi mencukupi kebutuhan keluarga, serta ibunda tercinta Asmah yang telah mengandung, melahirkan dan membesarkan penulis serta tak pernah bosan memberikan dukungan pada penulis.
10. Semua rekan-rekan penulis di Program Studi Pendidikan Ekonomi khususnya dan rekan-rekan penulis di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau umumnya.

Seluruh pihak yang tidak disebutkan satu persatu penulis mengucapkan terimakasih. Akhirnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi yang sederhana ini, semoga Allah meridhai dan mencatatnya sebagai amal mulia.

Wassalammualaikum, wr.wb.

Pekanbaru, 23 September 2011
Penulis

FITRI

NIM : 10716000644

ABSTRAK

FITRI. 2011: Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu Terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen, terhadap perilaku membeli siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru. Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu variabel X (Materi Prinsip Ekonomi Konsumen) dan variabel Y (Perilaku Membeli Siswa). Populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas VII SMP Dwi sejahtera sebanyak 111 orang. Sampel ini diambil secara acak (*propotional random sampling*) dengan menggunakan rumus slovin diperoleh jumlah sampel 52 orang siswa. Untuk mengumpulkan data, penulis menggunakan teknik angket dan dokumentasi. Data yang dikumpulkan dianalisis dengan teknik regresi linier dengan metode kuadrat terkecil dan product moment. Untuk menganalisanya penulis menggunakan bantuan program SPSS (*Statistical Produck and Servise Solutions*) versi 16.0.

Penulis mendapatkan kesimpulan 'bahwa ada pengaruh yang signifikan antara materi prinsip ekonomi konsumen pada mata pelajaran ilmu pengetahuan sosial terpadu terhadap prilaku membeli siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi sejahtera Pekanbaru, adalah $0,505 \times 100\% = 50,5\%$, selebihnya ditentukan oleh variabel lain. r_o (observasi) = 0,505 dari analisis tersebut diketahui $df = 50$, r_t (tabel) pada taraf signifikan 5% = 0,273, r_t (tabel) pada taraf signifikan 1% = 0,354. Berarti H_a diterima dan H_o ditolak.

ملخص

فطري (2011): تأثير المادة مبدئ الاقتصاد للمستهلك في درس العلوم الاجتماعية المتكاملة إلى مواقف الطلاب في الشراء بالمدرسة الإعدادية الحكومية دوي سيجاهتيرا باكنبارو.

الهدف من هذا البحث لمعرفة تأثير المادة مبدئ الاقتصاد للمستهلك في درس العلوم الاجتماعية المتكاملة إلى مواقف الطلاب في الشراء بالمدرسة الإعدادية الحكومية دوي سيجاهتيرا باكنبارو. يتكون هذا البحث من المتغيرين هما المتغير X (مادة مبدئ الاقتصاد للمستهلك) و المتغير Y (مواقف الطلاب في الشراء). الأفراد في هذا البحث طلبة الصف السابع بالمدرسة الإعدادية الحكومية دوي سيجاهتيرا باكنبارو. بقدر 111 شخصا. وتؤخذ البيانات في هذا البحث بطريقة عينة عشوائية متناسبة) باستخدام صغية سلوفين وجدت الباحثة مجموع العينات بقدر 52 طالبا. في جمع البيانات المطلوبة في هذا البحث استخدمت الباحثة الاستبيان و التوثيق. ثم تحلل الباحثة البيانات المجموعة بأسلوب معامل مستقيم بطريقة صغار التربيعي و فرودوك مومين. وفي تحليل البيانات استخدمت الباحثة البرنامج الحاسوبي الإصدار السادس عشر.

استنبطت الباحثة أن هناك تأثيرا هاما من تأثير المادة مبدئ الاقتصاد للمستهلك في درس العلوم الاجتماعية المتكاملة إلى مواقف الطلاب في الشراء بالمدرسة الإعدادية الحكومية دوي سيجاهتيرا باكنبارو وهي $0,505 \times 100$ في المائة = 50,5 في المائة و الباقي كان مقررًا بالمتغيرات الأخرى. (r_0) (الملاحظة) = 0,505 من تحليل السابق فيعرف أن $df = 50$ ، r_t (لجدول) في مستوى الدلالة 5 في المائة = 0,273، r_t (الجدول) في مستوى الدلالة 1 في المائة = 0,354 إذ أن الفرضية البديلة مقبولة و الفرضية الصفرية مرفوضة.

ABSTRACT

Fitri (2011): The Effect Of Consumer Economics Principal Material In The Subject Of Integrated Social Studies Toward Students' Attitude In Buying At Junior High School Dwi Sejahtera Pekanbaru.

The aim of this research is to find out the effect of consumer economics principal material in the subject of integrated social studies toward students' attitude in buying at junior high school Dwi Sejahtera Pekanbaru. There are two variables in this research they are X variable (consumer economics principal material) and Y variable (students' attitude in buying). The population in this research is seventh year of junior high school Dwi Sejahtera with the number is 111 persons. The samples in this research are taken by (proportional random sampling) by using slovin formula and the number of samples is 52 students. In collecting the data, the writer uses questionnaires and documentation. The data have been collected are analyzed by linier regress technique with smaller quadrat method by using SPSS 16.0 for window.

The writer concludes that there is significant effect of consumer economics principal material in the subject of integrated social studies toward students' attitude in buying at junior high school Dwi Sejahtera Pekanbaru and it is $0,505 \times 100\% = 50,5\%$ and the rest is determined by other variables. R_o (observation) = 0,505 from above analysis and d_f is known = 50, r_t (table) on significant level of 5% = 0,273, r_t (table) on significant level of 1% = 0,354. This means that H_a is accepted and H_o is rejected.

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PENGHARGAAN	iii
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Permasalahan	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Batasan Masalah	6
3. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Kegunaan Penelitian	7

BAB II KAJIAN TEORI

A. Konsep Teoritis	8
1. Materi Prinsip Ekonomi Konsumen	8
2. Perilaku Membeli Siswa	19
3. Hubungan materi prinsip ekonomi dengan perilaku membeli siswa	29
B. Penelitian Yang Relevan	31
C. Konsep Operasional	31
D. Asumsi Dan Hipotesis	33

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu Dan Tempat Penelitian	34
B. Subjek Dan Objek Penelitian	34
C. Populasi Dan Sampel	34
D. Teknik Pengumpulan Data	35
E. Teknik Analisis Data	36

BAB IV PENYAJIAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian	40
B. Penyajian Data	44
C. Analisis Data	66

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	74
B. Saran.....	75

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL	HALAMAN
Tabel IV.1	Pimpinan SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru..... 41
Tabel IV.2	Keadaan Guru SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru..... 41
Tabel IV.3	Tenaga Administrasi SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru..... 42
Tabel IV.4	Jumlah Siswa SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru..... 42
Tabel IV.5	Sarana Dan Prasarana Yang Dimiliki Oleh SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru..... 44
Tabel IV.6	Siswa Memahami Pentingnya Prinsip ekonomi..... 45
Tabel IV.7	Siswa Dapat Menjelaskan Pegertian Prinsip Ekonomi..... 45
Tabel IV.8	Siswa Dapat Mengetahui Macam-macam Prinsip Ekonomi Konsumen..... 45
Tabel IV.9	Siswa Dapat Memahami Macam-macam Prinsip Ekonomi Konsumen..... 47
Tabel IV.10	Siswa Dapat Menjelaskan Macam-macam Prinsip Ekonomi..... 47
Tabel IV.11	Siswa Dapat Memahami Penerapan Prinsip Ekonomi..... 48
Tabel IV.12	Siswa Dapat Mengetahui Penerapan Prinsip Ekonomi Konsumen..... 48
Tabel IV.13	Siswa Menerapkan Prinsip Ekopnomi Konsumen Dalam Kehidupan..... 49
Tabel IV.14	Siswa Dapat Memahami Tujuan Prinsip Ekonomi Dalam Kehidupan..... 50
Tabel IV.15	Siswa Dapat Menyebutkan Tujuan Prinsip Ekonomi Konsumen.... 50
Tabel IV.16	Siswa Dapat Menjelaskan Tujuan Prinsip Ekonomki Konsumen.... 51
Tabel IV.17	Rekapitulasi Angket (X) 52
Tabel IV.18	Distribusi Frekuensi Pembobotan Jawaban Angket Tentang Materi Prinsip Ekonomi Konsumen 54
Tabel IV.19	Siswa Membeli Dipengaruhi Kebiasaan Kelompok..... 55
Tabel IV.20	Siswa Membeli Dipengaruhi keadaan Ekonomi..... 56
Tabel IV.21	Siswa Membeli Dipengaruhi Lingkungan Sosial..... 56
Tabel IV.22	Siswa Membeli mengikuti Teman sekitar..... 57
Tabel IV.23	Keluarga Yang Mempengaruhi Pembelian Produk..... 57
Tabel IV.24	Siswa Membeli Produk Berdasarkan Keninginan Pribadi..... 58
Tabel IV.25	Siswa Membeli Menyesuaikan Diri Berdasarkan Usia..... 59
Tabel IV.26	Siswa membeli produk menyesuaikan pekerjaan sebagai pelajar.... 59
Tabel IV.27	Siswa membeli produk mengikuti tren/gaya hidup..... 60
Tabel IV.28	Siswa Membeli Ingin Memeuaskan Dari Rasa Lapar haus..... 60
Tabel IV.29	Siswa Mencari Informasi Jenis Produk Sebelum Membeli..... 61
Tabel IV.30	Siswa Membeli ingin Mencari Variasi/ Mengkoleksi..... 62
Tabel IV.31	Siswa Membeli Ingin Mendapat Kualitas Produk..... 62
Tabel IV.32	Rekapitulasi Angket (Y)..... 63
Tabel IV.33	Distribusi Frekuensi Pembobotan Jawaban Angket Tentang Perilaku Membeli Siswa..... 65

Tabel IV.34	Discriptive Statistics (X).....	66
Tabel IV.35	Distribusi Frekuensi Relative Tentang Materi prinsip Ekonomi konsumen (X).....	66
Tabel IV.36	Discriptive Statistics.....	67
Tabel IV.37	Distribusi Frekuensi Relative Tentang Prilaku Membeli (Y).....	67
Tabel IV.38	Analisis Of Variance (Anova).....	69
Tabel IV.39	Coefisien Regresi Linear.....	70
Tabel IV.40	Pearson Correlations.....	71
Tabel IV.41	Nilai Koefisien Korelasi Product Moment.....	72

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Mendidik merupakan usaha mempengaruhi dan membimbing anak supaya menjadi dewasa. Pendidikan pada dasarnya merupakan upaya untuk mengarahkan anak didik ke dalam proses belajar sehingga mereka dapat memperoleh tujuan belajar sesuai dengan apa yang diharapkan. Sehingga pembelajaran benar-benar dapat merubah kondisi anak dari yang tidak mengerti menjadi mengerti dari yang tidak paham menjadi paham, serta dari perilaku yang kurang baik menjadi baik.¹

Pembentukan watak dan karakter yang perlu ditekankan adalah masalah kecerdasan emosional. Dengan demikian setiap pelajaran dan proses pembelajaran tujuannya tidak hanya untuk mencapai nilai akademik tertinggi saja, melainkan juga diarahkan untuk menerapkan materi pelajaran pada diri sendiri dan di lingkungan, tangguh menghadapi tantangan.²

Terlihat dari perilaku membeli siswa yang tidak mencerminkan karakter perinsip ekonomi, maka tujuan materi pelajaran yang diharapkan belum tercapai. Maka materi prinsip ekonomi konsumen diindikasikan belum diserap dengan baik dan belum diterapkan oleh siswa. Karena terlihat dari perilaku membeli siswa yang kurang sesuai dengan kebutuhan pokok untuk kegiatan sekolah.

¹ Abu Ahmadi, *Ilmu Pendidikan*, Semarang: Rineka Cipta, 2001, hlm. 9.

² Indra Djati Sidi, *Menuju Masyarakat Belajar*, Jakarta: Pramadina, 2001, hlm. 104.

Materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen merupakan materi yang diajarkan dikelas tujuh semester satu. Materi ini juga mengenalkan serta menanamkan sebuah prinsip bagaimana seharusnya konsumen berperilaku membeli. Salah satunya mendahulukan kebutuhan pokok bagi konsumen. Dengan dipelajarinya materi prinsip ekonomi konsumen, diharapkan siswa memahami tentang manfaat dan nilai yang akan diperoleh setelah mereka mengeluarkan uang dan berperilaku sebagai konsumen dengan baik seperti membeli kebutuhan yang diperlukan, kemudian siswa diharapkan juga dapat bertindak efisien dalam menggunakan alat pemuas kebutuhan.

Mata pelajaran ilmu pengetahuan Sosial Terpadu (IPS) merupakan mata pelajaran yang diajarkan pada sekolah Formal di tingkat Sekolah Menengah Pertama, yang bertujuan agar peserta didik memiliki kemampuan: memahami konsep yang berkaitan dengan kehidupan masyarakat. Berpikir logis dan kritis, memiliki rasa ingin tahu, memecahkan masalah dan terampil dalam kehidupan bersosial. Memiliki nilai dan sikap sehingga terbentuk sosok warga negara yang baik.³

Ilmu ekonomi merupakan salah satu cabang ilmu sosial yang khusus mempelajari bagaimana cara manusia atau golongan masyarakat memenuhi kebutuhan yang tidak terbatas di dalam keadaan yang serba terbatas alat untuk memenuhi kebutuhan tersebut, baik itu keuangan ataupun bahan baku untuk kebutuhan.⁴

³ Kusnadi dkk, *Strategi Pembelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial*, Pekanbaru:Yayasan pustaka Riau, 2008, hlm. 25.

⁴ Deliarinov, *Pengantar Ekonomi Makro*, Jakarta: UI Press, 1995, hlm. 7.

Konsumsi tidak terlepas dari perilaku membeli, selera dan konsumsi sangat berhubungan dengan identitas dan gaya hidup, manusia menganggap konsumsi dan selera tidak dapat dilepaskan dari pembelian. Menurut Weber selera merupakan penguat dalam suatu kelompok atau status dan berkompetisi dalam menggunakan barang. Sedangkan menurut Veblen selera dan konsumsi merupakan senjata dalam berkompetisi. Kompetisi yang berlangsung antara seseorang dengan orang lain. Konsumsi dan selera dapat dilihat sebagai pembentuk identitas.⁵

Karakter siswa Sekolah Menengah Pertama usia mereka masih belia pada seumur ini watak dan emosi siswa belum stabil, belum hemat dalam menggunakan uang, belum mengutamakan kebutuhan sekolah, siswa ingin menjadi perhatian orang terhadap apa yang mereka miliki betapa penting pengakuan sosial bagi mereka. Siswa merasa sangat sedih, apabila diremehkan atau dikucilkan karena itu siswa tidak mau ketinggalan mode atau kebiasaan teman-teman. Bagi sebagian siswa, prinsip ekonomi konsumen kurang digunakan saat pemenuhan keinginan membeli sebuah produk. Dalam dunia perekonomian siswa seharusnya menggunakan prinsip saat membeli produk.

Berdasarkan pengamatan awal penulis menemukan bahwa guru telah mengajarkan tentang materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen, tetapi siswa kurang melaksanakan teori tersebut. Penulis menemukan gejala-gejala seperti siswa lebih konsumtif. Berdasarkan fenomena tersebut penulis tertarik

⁵ Damsar, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada. 2002 hlm. 119

melakukan penelitian tentang. “ *Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu Terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru*”

B. Penegasan Istilah

Menghindari kekeliruan, maka penulis perlu menjelaskan tentang hal-hal yang berkenaan dengan judul penelitian tersebut. Adapun penjelasannya adalah sebagai berikut:

1. Pengaruh

Pengaruh diartikan dengan daya yang ada dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.⁶ Pengaruh yang penulis maksud adalah bagaimana penerapan dari pembelajaran materi prinsip ekonomi konsumen, yang telah dipelajari siswa.

2. Materi Pelajaran

Bahan atau materi pelajaran (*Learning materialis*) segala sesuatu yang menjadi isi kurikulum. Materi pelajaran merupakan inti dari kegiatan pembelajaran.⁷

3. Prinsip ekonomi konsumen

Adalah aturan dasar atau hukum yang melandasi tindakan ekonomi seseorang, penghematan dengan menggunakan modal untuk mendapatkan

⁶ Depdikbud RI, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka, 1999 hlm 797

⁷ Wina Sanjaya, *Perencanaan dan Desain Sistem Pembelajaran*, Jakarta: Media Gruop, 2008 hlm 141

manfaat dan mengendalikan dari kemubajiran dan ketamakan.⁸ Prinsip ekonomi konsumen yang penulis maksud adalah prinsip siswa dalam melakukan tindakan ekonomi untuk memenuhi kebutuhannya.

4. Ekonomi

Ekonomi dapat diartikan sebagai suatu cabang ilmu sosial yang mempelajari kaidah, hukum, aturan, cara mengelola ekonomi rumah tangga, kegiatan manusia dalam memenuhi keperluan (kebutuhan, keinginan) hidup.⁹

5. Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu

Ilmu Pengetahuan Sosial (Terpadu) adalah ilmu yang terintergrasi dari berbagai cabang ilmu sosial seperti sosiologi, sejarah, geografi, ekonomi, politik, hukum, budaya, yang diorganisir dan disajikan secara ilmiah dan psikologis untuk tujuan pendidikan yang memungkinkan peserta didik baik secara individu maupun kelompok, aktif mencari mengali dan menemukan konsep serta prinsip-prinsip secara holistik dan otentik.¹⁰

6. Perilaku Membeli

Perilaku membeli adalah salah satu tindakan untuk mendapatkan konsumtif produk dan jasa.¹¹ Perilaku membeli yang penulis maksud adalah pertimbangan siswa sebelum memperoleh produk atau jasa dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan.

⁸ Hendry Faizal Noor, *Ekonomi Manajerial*, Jakarta: Grafindo Persada, 2007, hlm. 5.

⁹ Deliarnov, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 2.

¹⁰ Kusnadi, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 2-3 .

¹¹ Husein Umar, *Pemasarandan Prilaku Konsumen*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2005, hlm. 50.

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang yang dijelaskan diatas, maka persoalan yang mengintari penelitian ini adalah:

- a. Siswa tidak mendahulukan kebutuhan primer sekolah.
- b. Siswa tidak mengetahui kemampuan dalam membeli.
- c. Siswa tidak memperoleh manfaat dari barang yang telah dibeli.
- d. Prilaku membeli siswa yang belum tepat.
- e. Pengaruh materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen terhadap prilaku membeli siswa belum maksimal.

2. Batasan Masalah

Mengingat luasnya ruang lingkup permasalahan, maka penulis memfokuskan pada Pengaruh Materi prinsip ekonomi konsumen pada Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap perilaku membeli siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

3. Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dijawab melalui penelitian ini dirumuskan yaitu: “ apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara materi prinsip ekonomi konsumen pada mata pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

D. Tujuan dan kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen, pada perilaku membeli siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Sebagai informasi bagi Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru, tentang penerapan materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen terhadap perilaku membeli siswa.
- b. Pengembangan penguasaan keilmuan penulis dalam bidang pendidikan- khususnya bidang pendidikan ilmu pengetahuan sosial ekonomi dan yang berkaitan dengan penulisan ilmiah.
- c. Sebagai bahan penelitian lebih lanjut bagi pihak yang terkait dimasa mendatang, terutama dalam penerapan prinsip ekonomi.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Konsep Teoritis

1. Materi Prinsip Ekonomi Konsumen

a. Pengertian prinsip ekonomi

Pengertian materi prinsip ekonomi yang disampaikan Muh Nurdin, pada buku pelajaran adalah memenuhi kebutuhan didasari pertimbangan, yang disertai dengan pengorbanan tertentu untuk memperoleh hasil memuaskan. Prinsip ekonomi selayaknya dilakukan oleh semua pelaku ekonomi. Penerapan prinsip ekonomi dalam kehidupan sehari-hari dapat dilakukan dalam kegiatan konsumsi (konsumen).¹¹

Senada dengan pengertian di atas, Rahmat winarno, mengatakan bahwa prinsip ekonomi konsumen merupakan prinsip dasar pada kegiatan ekonomi sehari-hari yang dilakukan oleh siapa saja dengan alat, modal atau kemauan dalam berusaha untuk mendapatkan hasil yang maksimal.¹²

Prinsip ekonomi yang dijelaskan pada materi pelajaran adalah tindakan ekonomi yang dilakukan dengan usaha memilih beberapa pilihan tindakan yang menguntungkan. Tindakan pemenuhan kebutuhan harus dipilih mana yang didahulukan dan mana yang dapat ditunda. Tindakan memilih ini perlu didasari tindakan rasional. Tindakan rasional merupakan tindakan membandingkan besarnya jumlah pengorbanan, dengan jumlah hasil yang akan diperoleh. Jika dalam suatu kegiatan ekonomi, jumlah pengorbanan lebih besar dari pada

¹¹ Muh Nurdin, *Mari Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*, Jakarta: Depdiknas, 2008, hlm. 85.

¹² Rahmat Winarno, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, Harapan Makmur, 2010, hlm. 90.

jumlah hasil yang diperoleh maka tindakan ekonomi ini disebut tidak rasional, dan sebaiknya tindakan rasional dalam ekonomi didasari oleh pilihan-pilihan tertentu.

Manusia akan memilih pengorbanan terkecil untuk mencapai tujuan tertentu atau dengan pengorbanan tertentu, jadi prinsip ekonomi konsumen adalah pertimbangan yang disertai dengan pengorbanan tertentu untuk memperoleh hasil yang maksimal.¹³

Senada dengan Loren Bagus yang mengartikan, prinsip ekonomi merupakan sebab yang paling mendasar dari sesuatu kemudian prinsip ekonomi merupakan peraturan atau dasar dari kegiatan ekonomi seseorang. Prinsip ekonomi, dasar dari sebuah sistem merupakan generalisasi dan ekstensi dari suatu pernyataan bagi semua fenomena dalam sebuah bidang ekonomi.¹⁴

Hendri faizal Noor pada bukunya, prinsip ekonomi konsumen melakukan tindakan ekonomis efisiensi dan melakukan tindakan penghematan atau tindakan yang menggunakan input seperlunya untuk mendapatkan hasil yang diinginkan. Secara umum efisien adalah perilaku pengendalian dari kemubaziran dan ketamakan dari sisi konsumsi atau menghindari hal-hal yang berlebihan dan tidak perlu.¹⁵

Sardono Sukirno pada bukunya menyatakan, prinsip ekonomi konsumen membuat pilihan, kegiatan untuk membuat pilihan yang dilihat dari dua segi yaitu dari segi penggunaan sumber daya modal yang dimiliki dan kedua mengkonsumsi barang-barang yang dihasilkan. Setiap individu harus memilih cara terbaik dalam menggunakan sumberdaya yang dimilikinya. Usaha ini bertujuan untuk memaksimumkan pendapatan dan manfaat yang akan dinikmatinya, dengan sumber daya yang dimilikinya tersebut.¹⁶

¹³ Muh Nurdin.dkk., *Op. Cit.*, hlm. 82.

¹⁴ Loren Bagus, *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia, 2005, hlm. 893.

¹⁵ Hendry Faizal Noor,dkk., *Loc. Cit* .hlm. 5.

¹⁶ Sardono Sukirno, *Ekonomi Mikro*, Jakarta: Grafindo Fersada, 2006, hlm. 7.

Menurut Gregory Mankiw setiap tindakan ekonomi memiliki banyak aspek dan tujuan setiap aspeknya itu dapat disatukan oleh beberapa prinsip dasar atau prinsip ekonomi. Oleh karena tindakan ekonomi mencerminkan tindakan individu yang membentuk perekonomian.

Prinsip dasar ekonomi yang melandasi pembuatan keputusan pada tindakan individu.

1. Prinsip *Tradeoff* membuat keputusan, untuk mendapatkan sesuatu yang kita inginkan kita harus merelakan atau menyerahkan hal lain yang sesungguhnya juga berharga bagi kita. Kita juga banyak tujuan, sebagian tujuan harus kita lepaskan demi mengejar tujuan tertentu yang paling kita inginkan. Pembuatan keputusan mengharuskan kita merelakan suatu tujuan untuk memperoleh tujuan yang lain.
2. Prinsip *Tradeoff* membuat keputusan yang mengharuskan kita untuk selalu membanding-bandingkan segenap biaya dan manfaat dari setiap pilihan tindakan.
3. Prinsip orang berpikir secara rasional, individu maupun perusahaan akan memperoleh keputusan lebih baik jika mereka mau berpikir pada suatu margin atau penyesuaian pada tindakan. Seseorang mengambil keputusan yang rasional hanya akan mengambil tindakan jika keuntungan marginal melebihi biaya marginal.

4. Perilaku kita akan berubah setiap perhitungan biaya dan manfaat akan berubah artinya orang selalu bereaksi atau tanggap terhadap insentif atau keuntungan.¹⁷

Memahami pengertian prinsip ekonomi yang disampaikan pada buku pelajaran siswa dan menurut para ahli, maka penulis telah dapat menyimpulkan, bahwa prinsip ekonomi konsumen adalah sebuah aturan dasar tindakan ekonomi berlaku bagi setiap orang, dan berpikir dengan rasional guna mengarahkan dan mengendalikan setiap kegiatan ekonomi konsumen.

b. Macam-macam prinsip ekonomi

Terdapat Prinsip ekonomi pada materi pelajaran. Beberapa macam prinsip ekonomi dalam kegiatan ekonomi yaitu sebagai berikut:

1. Prinsip ekonomi dalam produksi (prinsip ekonomi produsen) beberapa perlindungan yang perlu produsen perhatikan adalah sebagai berikut:
 - a. Apa dan berapa produk yang akan dihasilkan dalam kurun waktu tertentu dan berapa harga produk.
 - b. Berapa jumlah tenaga kerja yang harus digunakan, berapa upah yang diberikan kepada karyawan.
 - c. Sarana apa sajakah, gedung dan peralatan mesin-mesin yang digunakan untuk proses produksi.
2. Prinsip ekonomi dalam distribusi / pedagang beberapa pilihan maka seorang distribusi berpegang pada prinsip ekonomi yaitu:
 - a. Memperdagangkan barang-barang yang dibutuhkan masyarakat dengan harga yang terjangkau dan sesuai dengan daya beli konsumen.
 - b. Memperdagangkan barang-barang berkualitas baik, tidak mengecewakan dan memberikan kepuasan kepada konsumen.
 - c. Berusaha mendapatkan barang yang murah dan menjualnya dengan keuntungan besar dengan tetap memperhatikan dayabeli konsumen.
 - d. Memberikan pelayanan yang terbaik
 - e. Memperdagangkan barang yang legal dan bukan barang ilegal, seperti dengan peraturan pemerintah.

¹⁷ Gregory Mankiw. *Pengantar Ekonomi*, Jakarta. Erlangga. 2003 .hlm. 4-9

3. Prinsip ekonomi dalam konsumsi (prinsip ekonomi konsumen) konsumen perlu menerapkan prinsip ekonomi dengan cara sebagai berikut:
 - a. Menyusun daftar yang akan dibeli dengan mengadakan pilihan mana barang yang utama dan yang terpenting yang dahulu dipenuhi.
 - b. Menentukan barang-barang yang berkualitas baik, harganya murah dan sesuai dengan kemampuan.
 - c. Tidak cepat tertarik dengan barang-barang yang dijual dengan obralan, dan penjualan secara kredit, yang mungkin itu belum waktunya untuk kita miliki, atau belum sesuai dengan kemampuan kita.
 - d. Selalu memperhatikan besarnya pengeluaran/ pembelanjaan disesuaikan dengan besarnya penghasilan atau pendapatan kita.¹⁸

Senada dengan materi pelajaran yang disampaikan oleh Muh.Nurdin yang mengatakan prinsip ekonomi juga dilakukan dalam kegiatan konsumsi, kegiatan produksi, dan kegiatan distribusi.

1. Prinsip ekonomi konsumen dilakukan dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut:
 - a. Menyusun skala prioritas kebutuhan yang paling mendesak
 - b. Memperhatikan kemampuan atau daya beli.
 - c. Memperhatikan perbandingan manfaat dan nilai yang akan diperoleh dengan biaya yang telah dikeluarkan.
2. Prinsip ekonomi produsen dilakukan dengan memperhatikan hal-hal:
 - a. Menggunakan bahan mentah berkualitas tinggi dengan harga yang murah.
 - b. Membuat analisis kebutuhan pasar agar barang yang diproduksi dapat laku terjual.
 - c. Menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pemakai
 - d. Menghasilkan barang yang berkualitas dengan harga yang bersaing
 - e. Menentukan lokasi pabrik dekat dengan bahan baku.
3. Prinsip ekonomi pedagang, perlu menerapkan prinsip ekonomi tujuan untuk menyalurkan hasil produksi dalam jumlah dan waktu tertentu dengan pengorbanan yang sekecilnya, untuk mencapai hasil tertentu, dan dilakukan dengan memperhatikan:
 - a. Barang yang dijual sesuai dengan selera dan kebutuhan masyarakat dengan harga yang bersaing dan bermutu
 - b. Menyesuaikan alat angkut dengan karakteristik barang.
 - c. Membeli barang secara langsung dari produsen sehingga harganya lebih murah dan keuntungan yang diperoleh lebih maksimal.¹⁹

¹⁸ Rahmat Winarno, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 92

¹⁹ Muh Nurdin, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 83.

Beberapa prinsip ekonomi yang disampaikan di atas juga disampaikan pada buku ekonomi yang ditulis oleh Hendri Faizal Noor, dapat dikelompokkan menjadi beberapa kegiatan yaitu kegiatan konsumsi yang dilakukan oleh konsumen, kegiatan produksi dilakukan oleh produsen dan kegiatan pengaturan dilakukan oleh pemerintah, sebagai penyelenggara negara dan bertujuan:

1. Masyarakat

Sebagai Konsumen bertindak sebagai pihak yang membeli dan kemudian mengkonsumsi barang-barang dan jasa dengan tujuan memperoleh kepuasan yang setinggi-tingginya.

2. Pengusaha

Sebagai produsen yang menghasilkan barang dan jasa yang dibutuhkan oleh masyarakat luas yang diwakili oleh pengusaha. Perilaku produsen atau pengusaha ini didasarkan *profit motiv*, bersifat makro ekonomi.

3. Pemerintah

Sebagai penyelenggara negara bertugas untuk melindungi kepentingan publik secara keseluruhan, dan tidak boleh menyerahkan perkembangan ekonomi kepada mekanisme pasar atau pihak swasta tetapi harus mengawasinya.²⁰

Kedua teori di atas dapat penulis simpulkan bahwa setiap pelaku ekonomi juga menggunakan prinsip dan hukum ekonomi

²⁰ Hendry faizal Noor, dkk. *Op.Cit.*, hlm. 27-31

terutama konsumen yang fleksibel, bisa menjadi pelaku ekonomi dapat menggunakan prinsip ekonomi kapan saja dan dimana saja.

c. Penerapan prinsip ekonomi konsumen

Penerapan prinsip ekonomi konsumen dalam kehidupan sehari-hari yang disampaikan oleh Rahmat Winarno pada materi pelajaran adalah:

1. Hidup hemat
Menerapkan prinsip ekonomi dengan hidup hemat, maksudnya menyesuaikan penggunaan barang dengan kemampuan, kebutuhan dan pendapatan kita.
2. Pemanfaatan waktu yang tepat
Pemanfaatan waktu yang tepat maksudnya menggunakan waktu sebaik-baiknya.
3. Cara hidup yang efektif
4. Membuat skala prioritas kebutuhan dan kegiatan
Skala prioritas adalah penyusunan kebutuhan atau kegiatan yang paling mendesak, penting dan sangat dibutuhkan.²¹

Sesuai dengan pendapat yang telah disampaikan di atas, maka penerapan prinsip ekonomi konsumen dengan beberapa pilihan tersebut konsumen perlu melaksanakan prinsip ekonomi dengan cara sebagai berikut:

1. Menyusun daftar yang akan dibeli mengadakan tindakan alternatif.
2. Menentukan barang yang berkualitas baik, harga murah sesuai dengan kemampuan.
3. Tidak mudah tertarik dengan barang obralan dan pembelian barang secara kredit.
4. Selalu memperhatikan besarnya pengeluaran/ pembelanjaan sesuai dengan besarnya pendapatan atau penghasilan.

Pentingnya penerapan prinsip ekonomi dalam kegiatan sehari-hari karena prinsip ekonomi merupakan pedoman dasar dalam melakukan kegiatan ekonomi, selain itu dengan adanya prinsip ekonomi kita dapat:

1. Menyusun prioritas kebutuhan atau kegiatan ekonomi
2. Mengoptimalkan sumberdaya yang ada
3. Bekerja hemat, tepat dan cepa
4. Memperkecil resiko kerusakan dan kerugian
5. Mencapai hasil kerja yang terjamin mutunya
6. Melakukan kegiatan yang wajar, rasional dan dapat dipertanggung jawabkan
7. Mencapai tujuan dengan tepat waktu dan berhasil guna
8. Hidup lebih maju dalam persaingan yang sehat

²¹ Rahmat Winarno, dkk., *Loc.Cit.*, hlm 92

9. Memenuhi tingkat kepuasan
10. Mencapai tingkat kemakmuran dengan cepat.²²

Prinsip ekonomi konsumen membentuk pola dasar atau hukum yang melandasi tindakan ekonomi seorang konsumen, prinsip ekonomi konsumen dilakukan dengan memperhatikan hal-hal berikut:

1. Menyusun pilihan kebutuhan dengan mendahulukan yang paling mendesak dan seterusnya sampai pada yang tidak mendesak.
2. Memperhatikan kemampuan modal atau daya beli.
3. Memperhatikan perbandingan manfaat dan nilai yang akan diperoleh dengan biaya yang akan dikeluarkan.²³

Penerapan materi prinsip ekonomi di atas juga diulas oleh Muhamad Nuh, membahas tentang penerapan prinsip ekonomi agar konsumen tetap seimbang tindakan ekonominya. Bahwa dalam tindakan pemenuhan kebutuhan prinsip ekonomi memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

1. Bertindak rasional
Artinya orang dalam melakukan tindakan ekonomi selalu menggunakan akal sehatnya, dan bukan berdasarkan hawa nafsu dan emosional.
2. Bertindak ekonomis
Artinya orang dalam melakukan tindakan ekonomi selalu menggunakan perhitungan-perhitungan yang cermat dan perencanaan yang matang.
3. Bersikap hemat
Artinya setiap orang dalam melakukan tindakan ekonomi selalu menghindari pemborosan dengan membeli kebutuhan hanya barang-barang yang benar-benar dibutuhkan.
4. Membuat skala prioritas
Artinya orang akan membuat urutan pemenuhan kebutuhan berdasarkan tingkat kepentingannya, yaitu mulai pemenuhan kebutuhan yang paling mendesak, sampai kebutuhan yang bisa ditangguhkan pemenuhannya.
5. Bertindak dengan prinsip
Artinya setiap orang dalam melakukan kegiatan ekonomi selalu memperhitungkan biaya yang dikeluarkan dan manfaat yang diterima dari kegiatan yang dilakukan.²⁴

Penerapan prinsip ekonomi konsumen yang disampaikan pada materi juga diulas pada buku ekonomi yaitu tindakan prinsip ekonomi

²² Rahmat Winarno, dkk., *Op. Cit.*, hlm 92-93.

²³ Muh. Nurdin, dkk., *Lok. Cit.* hlm.83.

²⁴ *Ibid*, h. 84.

konsumen merupakan tindakan ekonomis (efisiensi) adalah tindakan penghematan atau tindakan yang menggunakan efisiensi yaitu tindakan yang menggunakan input seperlunya untuk mendapatkan output yang diinginkan.²⁵

Menurut Hendri Faizal Noor Pelaksanaan prinsip ekonomi sangat berhubungan dengan tindakan memilih. Aktivitas ekonomi pemenuhan kebutuhan dan keinginan manusia melalui kegiatan investasi, produksi dan distribusi barang dan jasa, salah satunya dilakukan oleh konsumen melalui mekanisme transaksi dimana masing-masing pihak mendapat kepuasan.²⁶

Pelaksanaan prinsip ekonomi yang disampaikan di atas senada dengan pendapat Kart dan Fair menerapkan prinsip ekonomi dengan:

1. Biaya peluang

Merupakan konsep pilihan yang terbaik yang kita lepaskan saat kita menentukan suatu pilihan. Saat mengambil keputusan setiap hari sering cukup bermanfaat dengan mempertimbangkan biaya peluang, artinya kita harus memperhitungkan nilai setiap tindakan ekonomi yang kita lakukan apakah akan menimbulkan peluang manfaat kedepan.

2. Menimbang biaya manfaat sekarang dan biaya masa depan yang diharapkan.

²⁵ Henri Faizal Noor, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 5.

²⁶ Ibid, h. 5.

Artinya masyarakat atau konsumen menukarkan keuntungan sekarang untuk mendapatkan keuntungan masa depan yang diharapkan. Dengan cara mengendalikan sebagian sumberdaya untuk melakukan pengembangan ataupun melakukan investasi modal.²⁷

Penerapan prinsip ekonomi di atas masih berkaitan dengan tindakan kita melakukan penukaran keuntungan sekarang dengan keuntungan masa depan dalam hal-hal kecil sepanjang waktu seperti:

- a. Menggunakan modal untuk memproduksi barang dan jasa yang memiliki manfaat seiring waktu.
- b. Membangun modal dengan menukarkan keuntungan sekarang untuk mendapatkan keuntungan masa depan, dengan menambah nilai sumberdaya atau modal.
- c. Produsen menggunakan produksi barang modal dan kemudian dapat digunakan untuk memproduksi produk konsumen.
- d. Konsumen menggunakan barang efektif mungkin, menggunakan barang untuk dikonsumsi saat ini seperti kebutuhan pokok dan barang sekunder. Benda-benda tersebut tidak secara langsung memuaskan keinginan masyarakat, tetapi menggunakan untuk memproduksi barang-barang pemuas keinginan secara langsung.²⁸

Sesuai dengan teori Sadono sukirno menjelaskan bahwa prinsip ekonomi konsumen dengan membuat pilihan untuk memaksimalkan kesejahteraan, karena individu perusahaan dan masyarakat secara keseluruhan tidak bisa mendapat semua yang mereka inginkan, maka mereka harus membuat pilihan. Pada setiap kegiatan mereka harus

²⁷ Karl E. Case, *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro*, Jakarta: Indeks, 2007, hlm. 31-32.

²⁸ Ibid, hlm. 10

menentukan pilihan yang terbaik dari beberapa pilihan alternatif yang telah dibuat. Dalam setiap kegiatan ekonomi konsumsi maupun produksi. Setiap pelaku ekonomi harus membuat pilihan, tujuan adalah agar sumberdaya yang tersedia akan digunakan dengan efisien dan dapat mewujudkan kesejahteraan yang paling maksimum pada individu dan masyarakat.²⁹

Beberapa pendapat mengenai penerapan prinsip ekonomi maka penulis dapat menarik kesimpulan bahwa Prinsip ekonomi konsumen berlaku bagi setiap orang. Penerapan prinsip ekonomi dalam kehidupan sehari-hari dapat dilakukan dalam kegiatan konsumsi (konsumen), kegiatan produksi (produsen), dan kegiatan distribusi, (distributor) agar mendapat keuntungan dan manfaat dari setiap tindakan ekonomi yang dilakukan.

d. Tujuan prinsip ekonomi konsumen dalam kehidupan

Tujuan prinsip ekonomi pada materi pelajaran, yaitu konsumen perlu menggunakan prinsip tujuan untuk memperoleh kepuasan dari barang dan jasa yang dibeli, untuk mencapai tujuan itu konsumen harus membandingkan manfaat barang dengan biaya yang dikeluarkan. Perhitungan ini penting agar pengguna barang dan jasa sesuai dengan kebutuhan dan dengan biaya seefisien mungkin untuk menghemat.³⁰

Tujuan prinsip ekonomi konsumen untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui kegiatan konsumsi barang dan jasa sudah tertera pada buku ekonomi. Tujuan masyarakat menggunakan prinsip ekonomi secara manajerial, menjalankan ekonomi dengan menggunakan prinsip-

²⁹ Sadono sukirno,dkk., *Loc.Cit.* Hlm 7

³⁰ Rahmat winarno, dkk., *Loc. Cit.* Hlm. 92.

prinsip optimasi atau dengan (solusi terbaik untuk mencapai hasil dan keuntungan yang paling memuaskan) dalam menyelesaikan masalah ekonomi. Misalnya bagai mana menggunakan anggaran terbatas dengan manfaat optimal .³¹

Prinsip ekonomi konsumen sudah memiliki sifat dasar untuk memenuhi keinginan tetapi, dalam mendapatkan semua keinginan tersebut harus menggunakan prinsip ekonomi. Yang merupakan prinsip atau hukum yang mendasar dalam menjalankan aktivitas ekonomi agar pemenuhan semua keinginan tersebut dapat terpenuhi dan bermanfaat pula untuk keperluan berikutnya.³²

Penulis memahami tujuan dari prinsip ekonomi konsumen yang disampaikan berdasarkan teori diatas, maka dapat diambil kesimpulan bahwa konsumen seharusnya menyusun dan mengatur kebutuhan dan keinginan disetiap tindakan ekonominya agar mendatangkan peluang ekonomi yang lebih menguntungkan.

2. Perilaku Membeli Siwa

Menurut Engel dan kawan-kawan yang mengatakan bahwa perilaku konsumen merupakan perilaku membeli yaitu salah satu tindakan yang langsung dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghabiskan produk dan jasa termasuk proses keputusan yang mendahului dan menyusuli tindakan tersebut.³³

³¹ Hendry Faizal Noor, dkk., *Op.Cit.* hlm. 28.

³² Rahmat winarno,dkk., *Loc. Cit.* hlm 92-93

³³ Husein Umar. *Pemasaran Dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. 2005 hlm. 50.

Skinner mengatakan membeli merupakan penguatan perilaku dilakukan oleh konsumen sebelum perilaku yang meningkatkan dapat disebut pembentukan perilaku. Pembentukan perilaku dapat meningkatkan kemungkinan terjadinya perilaku konsumen tertentu yang diharapkan.³⁴

Perilaku membeli adalah kecendrungan konsumen dalam melakukan konsumsi melakukan tindakan membeli untuk memaksimalkan kepuasan, perilaku konsumen ini tentunya akan mempengaruhi konsumsinya. Dan pada akhirnya akan mempengaruhi permintaan.³⁵

Menurut Kotler di dalam bukunya prinsip-prinsip pemasaran yang mengatakan bahwa perilaku membeli konsumen merujuk pada perilaku membeli konsumen akhir yaitu individu dan rumah tangga yang membeli barang dan jasa untuk konsumsi pribadi. Konsumen atau pembeli diseluruh dunia berbeda dalam hal umur, pendapatan, dan tingkat pendidikan serta selera.³⁶

Keputusan konsumen dalam membeli dipengaruhi oleh hal-hal sebagai berikut:

1. Nilai guna *Utility* barang dan jasa yang dikonsumsi. Kemampuan barang dan jasa untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Kemampuan konsumen untuk mendapatkan barang dan jasa. Daya beli dan ketersediaan barang di pasar.

³⁴ Leslie Lazar Kanuk. *Perilaku konsumen*. Jakarta. Indeks. 2008. hlm. 193.

³⁵ Hendry Faizal Noor,dkk., *Op.Cit.*, hlm. 247.

³⁶ Kotler Dan Armstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Jakarta: Erlangga, 2008, hlm.

3. Kecenderungan konsumen dalam menentukan pilihan konsumsi.

Menyangkut pengalaman masa lalu, budaya, selera, serta nilai-nilai yang dianut seperti agama, adat istiadat, kebiasaan, dan sebagainya.

Konsumen merupakan aktor penting dalam ekonomi sifat dasar konsumen adalah memuaskan kepentingan dan keinginan, hal ini akan berpengaruh pada perilakunya. Dan Perilaku konsumen ini akan berpengaruh penting pada aktivitas perekonomian.³⁷

Perilaku membeli konsumen melibatkan pertukaran yaitu pertukaran antara individu dengan pihak lain, hal ini membuat perilaku membeli berhubungan dengan pemasaran. Alasan terjadinya pertukaran adalah untuk memuaskan kebutuhan. Huston dan Gassenheimer yang menyebutkan beberapa asumsi yang mendasari terjadinya pembelian dan pertukaran:

- a. Setiap orang adalah berperilaku irasional
- b. Mereka berusaha memaksimumkan kepuasan mereka dalam pembelian
- c. Mereka memiliki informasi yang lengkap atas berbagai alternatif yang tersedia bagi mereka dalam pembelian.
- d. Pertukaran itu secara relatif bebas dari pengaruh luar.³⁸

Kotler mengajukan lima kondisi yang harus diperhatikan pada pembelian dan pertukaran itu dapat terjadi.

1. Terdapat sedikitnya dua pihak.

³⁷ Henry Faizal Noor,Dkk., *OP.Cit.*, hlm. 245.

³⁸ Nugroho J.Setiadi, *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Kencan. 2008, hlm. 8.

2. Masing-masing pihak memiliki sesuatu yang berharga bagi pihak lain yaitu uang dan sumber daya.
3. Masing-masing pihak mampu berkomunikasi dan melakukan penyerahan.
4. Masing-masing pihak bebas menerima atau menolak penawaran pembelian.
5. Masing- masing pihak yakin berunding dengan pihak lain adalah layak dan bermanfaat.³⁹

Berbagai macam alasan konsumen untuk memutuskan membeli produk dan jasa di antaranya alasan nilai guna (*utility*) nilai guna barang dan jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Misalnya alasan karena empat nilai guna(*utility*)

a. Nilai guna objektif (*objective utility*)

Adalah nilai guna yang sesuai dengan kemampuan barang dan jasa dalam memuaskan kebutuhan, tanpa dipengaruhi oleh persepsi atau selera dari konsumen.

b. Nilai guna subjektif (*subjektif utility*)

Adalah nilai guna yang dipengaruhi oleh anggapan atau persepsi konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa yang dikonsumsi.

c. Nilai guna total (*total utility*)

Adalah nilai guna yang dipengaruhi dari total atau akumulasi kemafuan barang dan jasa dalam memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

³⁹ Ibid, h. 5.

d. Nilai guna marginal (*marginal utility*)

Adalah tambahan nilai guna karena tambahan satu unit konsumsi.⁴⁰

Kotler pada bukunya, menyampaikan bahwa di dalam membeli konsumen ditentukan oleh beberapa faktor utama dan tipe-tipe keterlibatan membeli.

1. Faktor budaya

Budaya adalah penyebab yang paling mendasar dari keinginan dan perilaku seseorang dalam membeli. Desakan keputusan membeli terkadang dipengaruhi oleh budaya atau adat kebiasaan kelompok budaya anak muda berbeda dengan kelompok budaya para lansia dalam pemenuhan keinginan dan kebutuhan.⁴¹

Budaya itu sendiri adalah sub-budaya, kelas sosial. Komponen sub-budaya dalam konteks masyarakat Indonesia bisa suku-suku tertentu yang memiliki sub-budaya sendiri. Sementara itu kotler merumuskan kelas sosial sebagai pengelompokan masyarakat yang mempunyai minat, nilai-nilai dan perilaku yang serupa dan dikelompokkan secara berjenjang. Kelas sosial juga dikelompokkan dengan berdasarkan tingkat pendapatan, kelas bawah, kelas menengah, kelas atas atau golongan jet-set.⁴²

2. Faktor sosial

Prilaku membeli juga dipengaruhi oleh faktor sosial seperti kelompok kecil keluarga, aturan dan identitas sosial konsumen. Kelas

⁴⁰ Hendry Faizal Noor, dkk., *Op,cit.*, hlm. 284.

⁴¹ Kotler,dkk., *Op,Ci.*, hlm. 198.

⁴² M.Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo, 2005, hlm .49-50.

sosial yang menunjukkan identitas seseorang atas kepemilikan sebuah produk. Faktor ini sering terjadi pada kalangan konsumen yang masih anak-anak karena pada saat membeli mereka dipengaruhi oleh keluarga, teman, status sosial konsumen. Terkadang mereka membeli hanya mengikuti saran dari teman dan keluarga, agar mereka bisa memiliki produk yang sama tanpa memikirkan fungsi serta tujuan dari penggunaan produk yang mereka beli.⁴³

Konsumen pada dasarnya sangat banyak mendapatkan pengaruh dari orang-orang disekitar saat membeli suatu barang. Ada tiga aspek yang akan dibahas yaitu:

- a. Kelompok rujukan adalah orang-orang disekeliling kita baik secara langsung maupun tidak langsung, mempengaruhi sikap dan perilaku kita.
- b. Keluarga adalah sebagai lingkungan yang terdekat seseorang, dapat menghalangi dan mendorong pembelian kita.
- c. Peran dan status, peran yang dimainkan seseorang dalam kehidupan bisa lebih dari satu seperti menegar, dia mempunyai status tertentu yang mempengaruhi pembelian barang. Jika ia membeli sepatu, ia akan mempertimbangkan dirinya yang mempunyai status yang berbeda dengan karyawan.⁴⁴

⁴³ Kotler, dkk., *Op, Cit.*, hlm. 203.

⁴⁴ M.Taufiq Amir, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 50-51

3. Faktor Pribadi

Keputusan seseorang dalam membeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur pembeli dan siklus hidup, pekerjaan, situasi ekonomi gaya hidup, kepribadian, konsep diri. Kepribadian biasanya diuraikan berdasarkan sifat seseorang seperti percaya diri dominasi, kemampuan bersosialisasi, kemampuan beradaptasi dan agresivitas.⁴⁵ Faktor pribadi akan dipengaruhi oleh:

1. Usia dan siklus hidup merupakan berbagai tahapan dalam pribadi seseorang ini membutuhkan produk
2. Pekerjaan yaitu ketika seseorang memerlukan barang-barang sesuai dengan pekerjaannya.
3. Gaya hidup adalah bagaimana seseorang beraktivitas menjalani tuntutan pekerjaannya.

Individu memiliki karakteristik sendiri yang unik perilaku yang dimiliki bersifat permanen. Keputusan membeli dipengaruhi oleh kepribadi individu seperti umur, pekerjaan, situasi ekonomi, konsep diri pembeli.⁴⁶ Dalam batasan keperibadian yang dikemukakan di atas ada empat hal yang perlu diuraikan:

- a. Dinamis yaitu pribadi yang selalu berubah-ubah, perubahan ini digerakkan oleh tenaga dari diri individu.
- b. Organisasi sistem, berarti keperibadian itu merupakan kesatuan yang bulat.

⁴⁵ Kotler, dkk., *Op, Cit.*, hlm 205.

⁴⁶ Nugroho J. Setiadi, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 132

- c. *Psikopisis* ini berarti keperibadian tidak hanya bersifat fisik tetapi gabungan dari kedua sifat tersebut.
- d. Unik berarti antara satu individu dengan yang lain tidak ada persamaan.⁴⁷

4. Faktor psikologis.

Keperibadian adalah karakteristik psikologis yang unik yang menghasilkan tanggapan yang relatif konsisten dan menetap terhadap lingkungan seseorang. Banyak jenis kebutuhan pada suatu saat, ada kebutuhan biologis, yang muncul dari keadaan yang memaksa seperti rasa lapar, haus atau rasa tidak nyaman. Kebutuhan lainnya bersifat psikologis, muncul dari kebutuhan yang diakui ataupun rasa memiliki.⁴⁸

Sekian banyak bidang di dalam psikologi kepercayaan dan sikap, motivasi dan persepsi, pembelajaran merupakan empat hal yang banyak mendapat perhatian pemasaran:

- a. Motivasi adalah dorongan untuk memuaskan suatu keinginan dan kebutuhan.
- b. Persepsi adalah proses memberikan makna atas rangsangan yang diterima alat sensor kita.

Keputusan dalam membeli yang diambil oleh individu di pasar dibagi berdasarkan keterlibatannya, perbedaan antara merek produk. Keterlibatan adalah jumlah waktu dan usaha yang dikeluarkan untuk

⁴⁷ Ibid, hlm. 132.

⁴⁸ Kotler, dkk., *Op.cit.*, hlm. 212

memilih mengevaluasi dan memutuskan melakukan pembelian.⁴⁹

Faktor yang mempengaruhi pembelian yaitu:

1. Perilaku membeli yang kompleks

Pembelian ini akan melalui proses belajar pertama mengembangkan keyakinan mengenai produk, lalu sikap kemudian membuat keputusan pembelian yang dipikirkan masak-masak. Ketika konsumen hendak membeli sebuah produk mereka mempunyai pandangan yang berbeda antara merek yang satu dengan merek yang lain. Biasanya konsumen harus banyak belajar mengenai kategori produk tersebut sebelum membeli.

2. Perilaku membeli karena kebiasaan

Konsumen membeli produk karena tidak memakai keyakinan sikap dan perilaku yang biasa. Biasanya konsumen membeli produk di toko dan meraih merek apa saja. Terbiasa karena ingin mencoba suatu merek atau produk yang baru mereka melihat dari koran dan televisi, bukan berdasarkan keyakinan pada satu merek saja. Perilaku membeli karena kebiasaan sering terjadi dikalangan menengah kebawah dan anak remaja.

3. Perilaku membeli yang mencari variasi

Biasanya membeli sebuah produk memandang perbedaan merek sangat berarti, mereka sering mencoba berbagai macam produk yang berbeda lalu mengevaluasi merek tersebut hanya untuk menambah

⁴⁹ M.Taufiq Amir, dkk., *Op.Cit.*, hlm. 63.

suatu variasi yang berbeda dari apa yang telah mereka rasakan selama ini. Perilaku ini juga sering terjadi pada kalangan anak remaja dan orang dewasa dengan tujuan untuk menambah suatu koleksi pribadi mereka.⁵⁰

Perilaku membeli dapat dipengaruhi oleh persepsi dan stimuli. Persepsi adalah proses bagaimana stimuli diorganisasikan dan diinterpretasikan. Persepsi konsumen dibentuk oleh pengaruh karakter dari stimuli. Hubungan stimuli dengan lingkungan dan kondisi dalam diri seseorang. Kemudian stimuli dapat mempengaruhi konsumen yang merupakan bentuk fisik visual, atau komunikasi yang dapat mempengaruhi konsumen. Stimuli ada dua:

- a. Pengaruh dari luar stimuli pemasaran adalah setiap komunikasi atau stimuli fisik (kemasan, isi produk) yang didesain dan disampaikan melalui media iklan untuk mempengaruhi konsumen.
- b. Stimuli lingkungan adalah stimuli fisik yang didesain untuk mempengaruhi keadaan lingkungan, (warna, bau, dan kualitas) melalui indra dan elemen struktural. Kedua faktor yang mempengaruhi itu akan berinteraksi dalam persepsi konsumen atau keinginan dari dalam diri.⁵¹

⁵⁰ Kotler, dkk., *Op. Cit.*, hlm. 219-222

⁵¹ Nugroho J.setiadi, dkk., *OP. Cit.*, hlm. 161-162

3. Pengaruh materi prinsip ekonomi konsumen terhadap perilaku membeli siswa

Pengaruh materi prinsip ekonomi berkaitan dengan unsur dinamis dalam belajar dan pembelajaran. Belajar merupakan proses internal siswa dan pembelajaran merupakan kondisi eksternal belajar. Siswa belajar merupakan kegiatan meningkatkan kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotorik menjadi lebih baik, siswa yang belajar berarti menggunakan kemampuan kognitif, afektif, dan psikomotorik terhadap lingkungan.

1. Ranah kognitif

pengetahuan untuk mencapai kemampuan ingatan tentang hal yang dipelajari dan tersimpan dalam ingatan yang berkaitan dengan fakta, peristiwa, pengertian, dan kaidah teori dan prinsip atau metode. Pemahaman mencakup kemampuan penerapan metode dan kaidah untuk menghadapi masalah nyata dan baru misalnya menggunakan prinsip yang berkaitan.

2. Ranah afektif

Terdiri dari penerimaan yang mencakup kepekaan tentang hal tertentu dan kesediaan memperhatikan hal tersebut misalnya mengakui adanya perbedaan. Kemudian partisipasi yang mencakup kerelaan kesediaan memperhatikan aturan dalam suatu kegiatan misalnya mematuhi aturan. Penilai dan penentuan sikap organisasi yang mencakup kemampuan yang membentuk suatu sistem nilai sebagai pedoman dan pegangan hidup. Misalnya menempatkan nilai dalam

suatu skala nilai dan dijadikan pedoman dalam bertindak secara bertanggung jawab. Pembentukan pola hidup yang mencakup kemampuan menghayati nilai dan membentuknya menjadi pola kehidupan pribadi misalnya mempertimbangkan dan menunjukan tindakan yang berdisiplin.

3. Ranah psikomotorik

Mampu memilah mendeskripsikan secara khas dan menyadari adanya perbedaan, kemampuan menerapkan diri dimana akan terjadi gerakan belajar. Kemampuan psikomotorik belajar sebagai kemampuan gerak dapat dimulai dengan kepekaan memilah sampai dengan kreatifitas pola gerak baru.⁵²

Hubungan prinsip ekonomi konsumen dengan perilaku membeli, menurut Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa studi perilaku konsumen/membeli adalah studi mengenai bagaimana seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumberdaya yang tersedia (waktu, uang, enegi dan usaha).⁵³

Kesimpulan hubungan materi prinsip ekonomi konsumen pada penelitian ini adalah pengaruh penerapan dari pembelajaran materi prinsip ekonomi konsumen terhadap perilaku membeli. Siswa adalah individu yang terlibat dalam kegiatan belajar mengajar di sekolah dan menjalankan prinsip ekonomi. Dalam kegiatan tersebut siswa mengalami tindakan mengajar, dan merespon dengan tindakan belajar. Pada umumnya siswa

⁵² Dimiyati. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta . Rineka Cipta . Hal. 26-30

⁵³ Ujang sumarwan hal 26

belum menyadari pentingnya belajar. Berdasarkan informasi guru tentang sasaran belajar, maka siswa mengetahui apa arti bahan belajar.⁵⁴

B. Penelitian Yang Relevan

Penelitian ini tentang pengaruh materi prinsip ekonomi Sekolah Menengah Pertama Dwi sejahtera Pekanbaru. Adapaun penelitian yang pernah dilakukan mengenai prinsip ekonomi konsumen oleh :

1. Sudiyarti pada tahun 2004 dengan judul faktor yang mempengaruhi perilaku membeli konsumen. Dalam penelitian tersebut diperoleh hasil atau kesimpulan bahwa perilaku membeli konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor.
2. Mulyani tahun 2008 dengan judul Pengaruh penguasaan materi pelajaran akidah akhlak terhadap perilaku siswa. Penelitian tersebut tidak ada pengaruh penguasaan materi pelajaran akidah terhadap perilaku siswa.

Hasil penelitian di atas bisa kita lihat bahwa pengaruh materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen terhadap perilaku membeli siswa ada kemungkinan berpengaruh, dan ada kemungkinan tidak terpengaruh karena banyak faktor yang mempengaruhi perilaku membeli siswa.

C. Konsep Operasional

Konsep operasional ini merupakan alat yang digunakan untuk memberi batasan terhadap konsep teoritis, selain itu juga untuk menentukan ukuran secara spesifikasi dan teratur agar mudah dipahami dan untuk menghindari

⁵⁴ Dimiyati, dkk., *Op.Cit.*, Hal 22

kesalah pahaman terhadap penulisan ini, konsep-konsep perlu dioprasionalkan agar lebih terarah.

1. Indikator Materi Prinsip Ekonomi Konsumen (Variabel X)

- a. Siswa dapat memahami pentingnya prinsip ekonomi.
- b. Siswa dapat mengetahui pengertian prinsip ekonomi
- c. Siswa mengidentifikasi macam-macam prinsip ekonomi konsumen.
- d. Siswa memahami macam-macam prinsip ekonomi konsumen.
- e. Siswa mengetahui macam-macam prinsip ekonomi.
- f. Siswa dapat memahami penerapan prinsip ekonomi konsumen.
- g. Siswa dapat mengetahui penerapan prinsip ekonomi .
- h. Siswa dapat megidentifikasi penerapan prinsip ekonomi.
- i. Siswa dapat memahami tujuan prinsip ekonomi .
- j. Siswa dapat mendeskripsikan tujuan prinsip ekonomi
- k. Siswa dapat mengidentifikasi tujuan prinsip ekonomi

2. Indukator Perilaku Membeli Siswa (Variabel Y)

- a. Siswa membeli dipengaruhi kebiasaan Kelompok
- b. Siswa membeli dipengaruhi keadaan ekonomi/ keuangan
- c. Siswa membeli dipengaruhi lingkungan sosial
- d. Siswa membeli mengikuti teman disekitar
- e. Siswa membeli produk dipengaruhi keluarga
- f. Siswa membeli produk berdasarkan keinginan pribadi
- g. Siswa membeli produk menyesuaikan diri berdasarkan usia
- h. Siswa membeli produk menyesuaikan pekerjaan sebagai pelajar

- i. Siswa membeli produk mengikuti tren/gaya hidup
- j. Siswa membeli ingin memuaskan dari rasa lapar/haus
- k. Siswa mencari informasi jenis produk sebelum membeli.
- l. Siswa membeli ingin mencari variasi produk/ mengkoleksi
- m. Siswa membeli karena ingin mendapat kualitas produk.

D. Asumsi dan Hipotesis

1. Asumsi

Asumsi dasar dalam penelitian ini adalah apakah perilaku membeli siswa menggunakan prinsip ekonomi konsumen yang ada pada materi pelajaran ekonomi atau perilaku membeli siswa tidak menggunakan prinsip ekonomi konsumen.

2. Hipotesis

H_a : Terdapat Pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

H_o : Tidak terdapat Pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru

BAB III METODE PENELITIAN

A. Waktu dan Tempat Penelitian

1. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan dari tanggal 27 Mei sampai 18 Juni 2011 tetapi peneliti telah melakukan studi pendahuluan sebelumnya.

2. Tempat Penelitian

Penelitian ini berlokasi di SMP Dwi sejahtera Pekanbaru. Pemilihan lokasi ini berdasarkan permasalahan-permasalahan yang diteliti ditemui di lokasi ini.

B. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah siswa SMP Dwi sejahtera Pekanbaru, sedangkan objek penelitian ini adalah Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

C. Populasi dan Sampel

Populasi pada penelitian ini adalah siswa kelas VII SMP Dwi sejahtera sebanyak 111 orang. Sampel ini diambil secara acak (*proportional random sampling*) dengan menggunakan rumus slovin diperoleh jumlah sampel 52 orang siswa. Penentuan besarnya sampel akan ditentukan dengan menggunakan rumus dari Taro Yamane dalam riduwan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{N.d^2 + 1}$$

Dimna :

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

d² = Presisi yang di tetapkan (dipakai 10%)⁴¹

Berdasarkan rumus tersebut diperoleh sampel yaitu :

$$n = \frac{111}{111.(0.1^2) + 1}$$

$$n = \frac{111}{111.(0.01) + 1} = 2,11$$

$$n = \frac{111}{2.11}$$

$$n = 52,4$$

Dibulatkan n = 52 orang

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Angket, teknik ini penulis gunakan untuk mendapatkan data tentang Prinsip Ekonomi Konsumen dan Perilaku Membeli Siswa. Jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup, dimana setiap item pertanyaan telah disediakan empat buah alternatif jawaban (*option*) yaitu a, b, c, dan d. Untuk kepentingan analisa, setiap alternatif jawaban diberi bobot. Alternatif jawaban a yang menggambarkan selalu diberi bobot 4, alternatif jawaban b yang menggambarkan sering diberi bobot 3. alternatif jawaban

⁴¹ Riduwan. *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru dan Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung . Alfabeta, 2009. hlm. 65.

c yang menggambarkan kadang-kadang diberi bobot 2, alternatif jawaban d yang menggambarkan tidak pernah diberi bobot 1.

2. Dokumentasi, teknik ini penulis gunakan untuk mendapatkan data tentang deskripsi lokasi penelitian.

E. Teknik Analisis Data

Penelitian ini adalah penelitian kolerasi, maka teknik dalam analisis dalam penelitian ini adalah teknik analisa regresi linear sederhana dengan metode kuadrat terkecil, sebelum masuk kerumus statistik terlebih dahulu data yang diperoleh dari angket untuk masing-masing alternatif jawaban diberi skor penilaian sebagai berikut:

Selalu diberi skor : 4

Sering diberi skor : 3

Kadang-kadang diberi skor : 2

Tidak pernah diberi skor : 1

Mengetahui pengaruh materi prinsip ekonomi konsumen pada mata pelajaran ilmu pengetahuan sosial terpadu terhadap prilaku membeli siswa, maka data yang terkumpul akan dianalisis teknik deskriptif kualitatif, persentase rumusnya:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

N

P = Persentase

N = Jumlah responden

$F = \text{Frekuensi}$ ⁴²

Menganalisis suatu tindakan yang signifikan dalam analisis statistik, maka data yang digunakan adalah data interval. Data tentang Materi Prinsip Ekonomi Konsumen dan data Perilaku Membeli Siswa merupakan data ordinal maka akan diubah menjadi data interval. Langkah-langkah untuk mengubah data ordinal menjadi data interval, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$T_i = 50 + 10 \frac{(X_i - \bar{X})}{SD}$$

dimana :

X_i = Variabel data ordinal

\bar{X} = Mean (rata-rata)

SD = Standar Deviasi

Mengetahui ada tidaknya Pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru, maka data yang ada akan diolah dan dianalisa menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik analisa regresi linier dengan Metode Kuadrat Terkecil.⁴⁴

$$\hat{Y} = a + bX$$

dimana:

\hat{Y} = Perilaku Membeli

⁴² Anas Sudijono, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta, Raja Grafindo Persada 2008, hlm.43

⁴³ Hartono. *Analisis Item Instrumen* .Bandung. Nusa Media, 2010, hlm. 126.

⁴⁴ Hartono. *Statistik Untuk Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. 2009. hlm. 160.

a = Konstanta Intersepsi

b = Koefisien

X = Prinsip Ekonomi Konsumen

$$a = \frac{(\sum Y)(\sum X^2) - (\sum X)(\sum XY)}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

$$b = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{N \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Mencari signifikansi korelasi antara kedua variabel bisa menggunakan rumus Korelasi *Product Moment*.⁴⁵

Rumus yang digunakan adalah :

$$r = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

dimana:

r = Angka Indeks Korelasi “r” *Product moment*

N = Sampel

$\sum XY$ = Jumlah hasil perkalian antara skor X dan skor Y

$\sum X$ = Jumlah seluruh skor X

$\sum Y$ = Jumlah seluruh skor Y

Selanjutnya untuk menginterpretasikan besarnya koefisien korelasi dengan menggunakan tabel nilai “r” *product moment*.⁴⁶

$$Df = N - nr$$

Dimana:

N = *number of cases*

⁴⁵ *Ibid.* hlm. 84

⁴⁶ *Ibid.* hlm. 88

nr = banyaknya tabel yang dikorelasikan

Membandingkan r_o (r observasi) dari hasil perhitungan dengan r_t (r tabel) dengan ketentuan:

1. Jika $r_o \geq r_t$ maka H_a diterima H_o ditolak
2. Jika $r_o < r_t$ maka H_o diterima H_a ditolak

Menghitung besarnya sumbangan variabel X terhadap variabel Y dengan rumus:

$$KD = R^2 \times 100\%^{47}$$

dimana:

KD = Koefisien Determinasi/ Koefisien Penentu

R^2 = R Square

Memproses data penulis menggunakan bantuan perangkat komputer melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*) versi 16.0 for Windows.⁴⁸ SPSS merupakan salah satu paket program komputer yang digunakan dalam mengolah data statistik.

⁴⁷ Husaini, Usman. *Pengantar Statistik*. Jakarta. PT. Bumi Aksara. 2008. hlm. 200.

⁴⁸ Hartono. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar. 2008.hlm. 95.

BAB IV

PENYAJIAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah berdirinya SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

Sekolah Menengah Pertama SMP Dwi Sejahtera didirikan pada tahun 2007 berdasarkan izin Dikdispora no : 420/PP-4N/2007/ 2892 tanggal 29 mei 2007. Didirikan untuk menunjang SMK yang ada di Yayasan Dwi Sejahtera. SMP Dwi Sejahtera didirikan di atas tanah milik Yayasan Dwi Sejahtera yang terletak di jalan Dirgantara no.4 Pekanbaru. SMP Dwi Sejahtera di pimpin oleh seorang kepala sekolah yaitu Syahrial, S.Pd.

2. Visi, Misi SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

Visi dan misi oleh SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru yang telah ditetapkan adalah :

VISI : Menjadi lembaga pendidikan yang unggul dalam kualitas, murah dalam pembiayaan berpijak pada norma.

MISI :

- a. Menyelenggarakan proses belajar mengajar secara aktif.
- b. Mengingatkan pengetahuan dan kemampuan tenaga pendidik.
- c. Menyediakan sarana dan prasarana pembelajaran.
- d. Menyiapkan SDM yang berkualitas dan menguasai ilmu pengetahuan.

3. Pimpinan

Tabel IV.1
PIMPINAN SMP DWI SEJAHTERA PEKANBARU
TAHUN AJARAN 2010/2011

NAMA	JABATAN/GURU MATA PELAJARAN	PENDIDIKAN
Syahrial, S.Pd NIP.19561110 198110 1 001	Kepala Sekolah/GMP Matematika	S1

Sumber Data : Dokumentasi SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

4. Keadaan Guru

Guru merupakan komponen terpenting dalam proses belajar mengajar, karena guru disamping sebagai pengajar juga sebagai pendidik dan pembimbing bagi siswa-siswanya. Begitu juga dengan SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru memiliki beberapa orang guru antara lain sebagai berikut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel IV.2
KEADAAN GURU SMP DWI SEJAHTERA PEKANBARU
TAHUN AJARAN 2010/2011

No	NAMA	JABATAN/GURU MATA PELAJARAN	PENDIDIKAN
1	Maryuheni, S.Pd	Guru IPS Terpadu	S1
2	Julis Herlani, S.Pd	Guru Bahasa Inggris	S1
3	Reni Andriani, S.Si	Guru Biologi	S1
4	Rini Efrita, S.Pd	Waka Kurikulum/Guru Bahasa Indonesia	S1
5	Hidayat Salman, S.Si	Guru Fisika	S1
6	Jondrihal Pendi, S.Pd	Guru Matematika	S1
7	Solehuddin, S.Hi	Guru Agama/Armeh	S1
8	Fatimah, S.Pd	Guru PKn	S1
9	Yesi Andriani, S.Sn	Guru seni Budaya	S1
10	Bodi Harianto	Guru Penjaskes	S1 Proses
11	Harizona	Guru Penjaskea	S1 Proses
12	Midore Vita, S.T	Guru TIK/Teknik Dasar	S1

Sumber Data : Dokumentasi SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa guru di SMP Dwi sejahtera Pekanbaru seluruhnya berjumlah 12 orang, yang memiliki latar belakang pendidikan yang berbeda-beda.

5. Tenaga Administrasi

Tabel IV.3
TENAGA ADMINISTRASI SMP DWI SEJAHTERA PEKANBARU
TAHUN AJARAN 2010/2011

No	NAMA	JABATAN	PENDIDIKAN
1	Leni Sepnidar, SE.Ak	Bendahara	S1
2	Elfiani, A.Md	TU	D3

Sumber Data : Dokumentasi SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

6. Keadaan Siswa

Siswa merupakan salah satu komponen bagi berlangsungnya kegiatan pendidikan di sekolah. Antara guru dan siswa, keduanya merupakan komponen yang tidak dapat dipisahkan satu dengan yang lainnya. Guru sebagai pendidik/pengajar sedangkan siswa sebagai anak didik. Jumlah siswa menurut data statistik tahun ajaran 2010/2011:

Tabel IV.4
JUMLAH SISWA SMP DWI SEJAHTERA PEKANBARU
MENURUT DATA STATISTIK TAHUN AJARAN 2010/2011

No	KELAS	JUMLAH	LAKI-LAKI	PEREMPUAN
1	VII _A	36	22	14
2	VII _B	38	25	13
3	VII _C	37	25	12
4	VIII _A	40	17	23
5	VIII _B	41	31	7
6	IX _A	32	13	19
7	IX _B	33	22	11
8	IX _C	34	22	12
JUMLAH		288	177	111

Sumber Data : Dokumentasi SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

7. Kurikulum

Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru pada tingkat VII, VIII, dan IX menggunakan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP). Adapun bidang studi yang diajarkan adalah :

- a. Matematika
- b. IPA Terpadu
- c. IPS Terpadu
- d. Bahasa Inggris
- e. Bahasa Indonesia
- f. Pendidikan Agama Islam
- g. Pendidikan Kewarganegaraan
- h. Pendidikan Jasmani dan Kesehatan
- i. Seni Budaya
- j. Arab Melayu
- k. TIK
- l. Teknik Dasar

8. Sarana dan Prasarana

Lembaga pendidikan sarana dan prasarana merupakan salah satu faktor yang mendukung keberhasilan proses belajar mengajar karena dengan sarana dan prasarana yang lengkap akan dapat membantu tujuan pembelajaran yang telah ditetapkan.

Tabel IV.5
SARANA DAN PRASARANA YANG DIMILIKI OLEH
SMP DWI SEJAHTERA PEKANBARU
TAHUN AJARAN 2010/2011

No	SARANA DAN PRASARANA	JUMLAH	KETERANGAN
1	Ruang Kepala Sekolah	1	Kondisi Baik
2	Ruang Majelis Guru	1	Kondisi baik
3	Ruang Tata Usaha	1	Kondisi baik
4	Ruang Kelas	8	Kondisi Baik
5	Perpustakaan	1	Kondisi Baik
6	Laboratorium Komputer	1	Kondisi Baik
7	Sarana Olahraga	Memadai	Kondisi Baik
8	WC	3	Kondisi baik
9	Parkir	1	Kondisi Baik
10	Perangkat TU	Memadai	Kondisi Baik

Sumber Data : Dokumentasi SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

B. Penyajian Data

Data yang disajikan berikut ini berdasarkan hasil penelitian yang dilaksanakan di SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru bertujuan untuk mendapatkan data tentang Materi Prinsip Ekonomi Konsumen dan Perilaku Membeli Siswa SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru.

1. Data Tentang Materi Prinsip Ekonomi Konsumen

Dijelaskan pada bab III bahwa data tentang Materi Prinsip Ekonomi Konsumen dikumpulkan dengan menggunakan tehnik angket. Angket yang digunakan adalah angket jenis tertutup dengan jumlah 11 item pertanyaan. Setiap item terdiri empat option, yaitu A,B,C, dan D dengan bobotnya masing-masing yaitu 4,3,2 dan 1. Hasil jawaban angket setiap siswa kemudian dijumlahkan.

Penulis menyebarkan angket pada siswa, bertujuan untuk mengetahui pengaruh materi prinsip ekonomi konsumen pada mata

pelajaran ilmu pengetahuan sosial terpadu terhadap perilaku membeli siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru:

TABEL IV.6
SISWA MEMAHAMI PENTINGNYA PRINSIP EKONOMI

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	22	42,31 %
B	Sering	15	28,84 %
C	Kadang-Kadang	15	28,84 %
D	Tidak Pernah	-	-
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 22 orang dengan persentase 42,31 % yang menjawab “sering” sebanyak 15 orang dengan persentase 28,84 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 15 orang dengan persentase 28,84 % yang menjawab “tidak pernah” tidak ada. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu bertindak secara rasional dalam memilih produk yang akan dibeli. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 22 orang (43,21%).

TABEL IV.7
SISWA DAPAT MENJELASKAN PENGERTIAN PRINSIP EKONOMI

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	35	67,31 %
B	Sering	11	21,15 %
C	Kadang-Kadang	5	9,61 %
D	Tidak Pernah	1	1,92 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 35 orang dengan persentase 67,31 % yang menjawab “sering”

sebanyak 11 orang dengan persentase 21,15 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 5 orang dengan persentase 9,61 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 1 orang dengan persentase 1,92 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa berbelanja mempertimbangkan akal sehat. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 35 orang (67,31%).

TABEL IV.8
SISWA DAPAT MENGETAHUI MACAM-MACAM PRINSIP
EKONOMI KONSUMEN

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	18	34,62 %
B	Sering	8	15,38 %
C	Kadang-Kadang	20	38,46 %
D	Tidak Pernah	6	11,54 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 18 orang dengan persentase 34,62 % yang menjawab “sering” sebanyak 8 orang dengan persentase 15,38 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 20 orang dengan persentase 38,46 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 6 orang dengan persentase 11,54 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa jarang bertindak secara ekonomis. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “kadang-kadang” lebih banyak dengan persentase 20 orang (38,46%).

TABEL IV.9
SISWA DAPAT MEMAHAMI MACAM-MACAM PRINSIP
EKONOMI KONSUMEN

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	27	51,92 %
B	Sering	8	15,38 %
C	Kadang-Kadang	15	28,85 %
D	Tidak Pernah	2	3,84 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 27 orang dengan persentase 51,92 % yang menjawab “sering” sebanyak 8 orang dengan persentase 15,38 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 15 orang dengan persentase 28,85 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 2 orang dengan persentase 3,84 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu teliti saat membeli produk. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 27 orang (51,92%).

TABEL IV.10
SISWA DAPAT MENJELASKAN MACAM-MACAM PRINSIP
EKONOMI KONSUMEN

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	27	51,92 %
B	Sering	21	40,38 %
C	Kadang-Kadang	3	5,76 %
D	Tidak Pernah	1	1,92 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 27 orang dengan persentase 51,92 % yang menjawab “sering” sebanyak 21 orang dengan persentase 40,38 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 3 orang dengan persentase 5,76 % yang menjawab

“tidak pernah” sebanyak 1 orang dengan persentase 1,92 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu hemat saat membeli produk. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 27 orang (51,92%).

TABEL IV.11
SISWA DAPAT MENGETAHUI PENERAPAN PRINSIP
EKONOMI

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	24	46,15 %
B	Sering	10	19,23 %
C	Kadang-Kadang	14	26,92 %
D	Tidak Pernah	4	7,69 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 24 orang dengan persentase 46,15 % yang menjawab “sering” sebanyak 10 orang dengan persentase 19,23 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 14 orang dengan persentase 26,92 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 4 orang dengan persentase 7,69 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu tidak boros menggunakan modal/uang. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 24 orang (46,15%).

TABEL IV.12
SISWA DAPAT MEMAHAMI PENERAPAN PRINSIP EKONOMI
KONSUMEN

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	30	57,69 %
B	Sering	11	21,15 %
C	Kadang-Kadang	8	15,38 %
D	Tidak Pernah	3	5,76 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 30 orang dengan persentase 57,69 % yang menjawab “sering” sebanyak 11 orang dengan persentase 21,15 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 8 orang dengan persentase 15,38 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 3 orang dengan persentase 5,76 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu memilih produk yang benar dibutuhkan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 30 orang (57,69%).

TABEL IV.13
SISWA MENERAPKAN PRINSIP EKONOMI KONSUMEN
DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	31	59,62 %
B	Sering	11	21,15 %
C	Kadang-Kadang	9	17,31 %
D	Tidak Pernah	1	1,92 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 31 orang dengan persentase 59,62 % yang menjawab “sering” sebanyak 11 orang dengan persentase 21,15 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 9 orang dengan persentase 17,31 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 1 orang dengan persentase 1,92 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membuat skala prioritas sebelum berbelanja. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 31 orang (59,62%).

TABEL IV.14
SISWA MENGETAHUI TUJUAN PRINSIP EKONOMI
DALAM KEHIDUPAN

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	29	55,77 %
B	Sering	8	15,38 %
C	Kadang-Kadang	7	13,46 %
D	Tidak Pernah	8	15,38 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 29 orang dengan persentase 55,77 % yang menjawab “sering” sebanyak 8 orang dengan persentase 15,38 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 7 orang dengan persentase 13,46 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 8 orang dengan persentase 15,38 % . Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu mengutamakan kebutuhan pokok sekolah dari kebutuhan yang lain. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 29 orang (55,77%).

TABEL IV.15
SISWA DAPAT MEMAHAMI TUJUAN PRINSIP EKONOMI
KONSUMEN

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	25	48,08 %
B	Sering	14	26,92 %
C	Kadang-Kadang	11	21,15 %
D	Tidak Pernah	2	3,84 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 25 orang dengan persentase 48,08 % yang menjawab “sering” sebanyak 14 orang dengan persentase 26,92 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 11 orang dengan persentase 21,15 % yang menjawab

“tidak pernah” sebanyak 2 orang dengan persentase 3,84 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu melakukan kegiatan ekonomi bertindak dengan prinsip. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 25 orang (48,08%).

TABEL IV.16
SISWA DAPAT MENJELASKAN TUJUAN PRINSIP
EKONOMI KONSUMEN

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	22	42,31 %
B	Sering	17	32,69 %
C	Kadang-Kadang	13	25 %
D	Tidak Pernah	-	-
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 22 orang dengan persentase 42,31 % yang menjawab “sering” sebanyak 17 orang dengan persentase 32,69 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 13 orang dengan persentase 25 % yang menjawab “tidak pernah” tidak ada. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membandingkan manfaat barang dengan uang yang dikeluarkan. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 22 orang (42,31%) .

TABELIV.17
REKAPITULASI ANGKET (X)

NO	ALTERNATIF JAWABAN									
	A	%	B	%	C	%	D	%	F	P
1	22	42,31 %	15	28,84 %	15	28,84 %	-	-	52	100%
2	35	67,31 %	11	21,15 %	5	9,61 %	1	1,92 %	52	100%
3	18	34,62 %	8	15,38 %	20	38,46 %	6	11,54 %	52	100%
4	27	51,92 %	8	15,38 %	15	28,85 %	2	3,84 %	52	100%
5	27	51,92 %	21	40,38 %	3	5,76 %	1	1,92 %	52	100%
6	24	46,15 %	10	19,23 %	14	26,92 %	4	7,69 %	52	100%
7	30	57,69 %	11	21,15 %	8	15,38 %	3	5,76 %	52	100%
8	31	59,62 %	11	21,15 %	9	17,31 %	1	1,92 %	52	100%
9	29	55,77 %	8	15,38 %	7	13,46 %	8	15,38 %	52	100%
10	25	48,08 %	14	26,92 %	11	21,15 %	2	3,84 %	52	100%
11	22	42,31 %	17	32,69 %	13	25 %	-	-	52	100%
N	290	557,7%	134	257,65%	120	230,74%	28	53,84%	572	1100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan rekapitulasi angket keseluruhan Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu dapat penulis persentasekan sebagai berikut :

Untuk alternative jawaban A di beri skor : 4

Untuk alternative jawaban B di beri skor : 3

Untuk alternative jawaban C di beri skor : 2

Untuk alternative jawaban D di beri skor : 1

Berdasarkan angket tersebut dapat diketahui :

Untuk jawaban A = $290 \times 4 = 1160$

Untuk jawaban B = $134 \times 3 = 420$

Untuk jawaban C = $120 \times 2 = 240$

Untuk jawaban D = $\underline{28 \times 1 = 28}$

JUMLAH = 1830

Dengan rumus : $P = \frac{F}{N} 100\%$

$$F = 1160 + 420 + 240 + 28$$

$$N = 572 \times 4 = 2288$$

$$P = \frac{1830}{2288} 100\%$$

$$P = 79,98 \%$$

Berdasarkan hasil setelah dipersentasekan lalu angka ditafsirkan dengan kalimat yang bersifat kualitatif, kriterianya sebagai berikut:

Sangat Baik	81 – 100%
Baik	61 – 80 %
Cukup Baik	41 – 60 %
Kurang Baik	21 – 40%
Sangat Tidak Baik	0 – 20%

Melihat perhitungan diatas bahwa materi prinsip ekonomi konsumen pada mata pelajaran ilmu pengetahuan sosial terpadu tergolong baik, 79,98%.

Adapun hasil penjumlahan tersebut sebagai berikut:

36	37	43	42	29	37	27	34	29	42
30	42	42	38	34	44	23	24	30	36
38	38	37	38	42	44	37	35	34	33
27	31	31	31	34	28	38	36	29	35
40	39	40	38	28	42	43	36	27	30
38	34								

a. Urutan data dari yang terkecil ke data terbesar:

44	44	43	43	42	42	42	42	42	42
40	40	39	38	38	38	38	38	38	38
37	37	37	37	36	36	36	36	35	35
34	34	34	34	34	33	31	31	31	30
30	30	29	29	29	28	28	27	27	27
24	23								

b. $R = \text{data tertinggi} - \text{data terendah}$

$$R = 44 - 23$$

$$R = 21$$

c. Banyak Kelas = $1 + 3,3 \log N$

$$= 1 + 3,3 \log 52$$

$$= 6,68 \text{ di bulatkan } 7$$

d. Panjang Kelas $P = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas}}$

$$= \frac{21}{7}$$

$$= 3$$

Tabel IV.18
DISTRIBUSI FREKUENSI PEMBOBOTAN JAWABAN ANGKET
TENTANG MATERI PRINSIP EKONOMI KONSUMEN

Materi (X)	F
23 - 25	2
26 - 28	5
29 - 31	9
32 - 34	6
35 - 37	10
38 - 40	10
41 - 44	10
N	52

Sumber: Data Olahan

2. Data Tentang Perilaku Membeli Siswa

Data Perilaku Membeli Siswa dikumpulkan dengan menggunakan tehnik angket. Angket yang digunakan adalah angket jenis tertutup dengan jumlah 13 item pertanyaan. Setiap item terdiri empat option, yaitu A,B,C, dan D dengan bobotnya masing-masing yaitu 4,3,2 dan 1. Hasil jawaban angket setiap siswa kemudian dijumlahkan. Adapun hasil penjumlahan tersebut sebagai berikut :

TABEL IV.19
MEMBELI BARANG DIPENGARUHI KEBIASAAN
KELOMPOK

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	16	30,77 %
B	Sering	9	17,31 %
C	Kadang-Kadang	23	44,23 %
D	Tidak Pernah	4	7,69 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 16 orang dengan persentase 30,77 % yang menjawab “sering” sebanyak 9 orang dengan persentase 17,31% yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 23 orang dengan persentase 44,23 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 4 orang dengan persentase 7,69 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa jarang membeli dipengaruhi kebiasaan suku/daerah. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “kadang-kadang” lebih banyak dengan persentase 23 orang (44,23%).

TABEL IV.20
SISWA MEMBELI DIPENGARUHI KEADAAN EKONOMI

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	26	50 %
B	Sering	10	19,23 %
C	Kadang-Kadang	10	19,23 %
D	Tidak Pernah	6	11,54 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 26 orang dengan persentase 50 % yang menjawab “sering” sebanyak 10 orang dengan persentase 19,23 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 10 orang dengan persentase 19,23 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 6 orang dengan persentase 11,54 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membeli dipengaruhi keadaan ekonomi. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 26 orang (50 %).

TABEL IV.21
SISWA MEMBELI DIPENGARUHI LINGKUNGAN SOSIAL

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	20	38,46 %
B	Sering	18	34,62 %
C	Kadang-Kadang	10	19,23 %
D	Tidak Pernah	4	7,69 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 20 orang dengan persentase 38,46 % yang menjawab “sering” sebanyak 18 orang dengan persentase 34,62 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 10 orang dengan persentase 19,23 % yang menjawab

“tidak pernah” sebanyak 4 orang dengan persentase 7,69 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membeli dipengaruhi lingkungan sosial. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 20 orang (38,46 %).

TABEL IV.22
SISWA MEMBELI PRODUK MENGIKUTI TEMAN SEKITAR

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	5	9,61 %
B	Sering	5	9,61 %
C	Kadang-Kadang	38	73,08 %
D	Tidak Pernah	4	7,69 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 5 orang dengan persentase 9,61 % yang menjawab “sering” sebanyak 5 orang dengan persentase 9,61 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 38 orang dengan persentase 73,08 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 4 orang dengan persentase 7,69%. Dapat disimpulkan bahwa siswa jarang membeli produk mengikuti teman-teman. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “kadang-kadang” lebih banyak dengan persentase 38 orang (73,08 %).

TABEL IV.23
SISWA MEMBELI PRODUK DIPENGARUHI KELUARGA

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	31	59,62 %
B	Sering	15	28,85 %
C	Kadang-Kadang	5	9,61 %
D	Tidak Pernah	1	1,92 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 31 orang dengan persentase 59,62 % yang menjawab “sering” sebanyak 15 orang dengan persentase 28,85 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 5 orang dengan persentase 9,61 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 1 orang dengan persentase 1,92 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membeli produk dipengaruhi oleh keluarga. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 31 orang (59,62 %).

TABEL IV.24
SISWA MEMBELI PRODUK BERDASARKAN
KEINGINAN PERIBADI

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	18	34,62 %
B	Sering	15	28,85 %
C	Kadang-Kadang	15	28,85 %
D	Tidak Pernah	4	7,69 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 18 orang dengan persentase 34,62 % yang menjawab “sering” sebanyak 15 orang dengan persentase 28,85 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 15 orang dengan persentase 28,85 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 4 orang dengan persentase 7,69%. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membeli produk dipengaruhi peribadi. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 18 orang (34,62 %).

TABEL IV.25
SISWA MEMBELI MENYESUAIKAN DIRI BERDASARKAN
USIA

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	10	19,23 %
B	Sering	8	15,38 %
C	Kadang-Kadang	26	50 %
D	Tidak Pernah	8	15,38 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 10 orang dengan persentase 19,23 % yang menjawab “sering” sebanyak 8 orang dengan persentase 15,38 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 26 orang dengan persentase 50 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 8 orang dengan persentase 15,38 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa jarang membeli menyesuaikan diri berdasarkan usia. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “kadang-kadang” lebih banyak dengan persentase 26 orang (50 %).

TABEL IV.26
SISWA MEMBELI PRODUK MENYESUAIKAN PEKERJAAN
SEBAGAI PELAJAR

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	6	11,54 %
B	Sering	9	17,31 %
C	Kadang-Kadang	30	57,69 %
D	Tidak Pernah	7	13,46 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 6 orang dengan persentase 11,54 % yang menjawab “sering” sebanyak 9 orang dengan persentase 17,31 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 30 orang dengan persentase 57,69 % yang menjawab

“tidak pernah” sebanyak 7 orang dengan persentase 13,46 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa jarang membeli berdasarkan pekerjaan sebagai pelajar. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “kadang-kadang” lebih banyak dengan persentase 30 orang (57,69 %).

TABEL IV.27
SISWA MEMBELI PRODUK MENGIKUTI TREN DAN GAYA HIDUP

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	21	40,38 %
B	Sering	12	23,08 %
C	Kadang-Kadang	14	26,92 %
D	Tidak Pernah	5	9,61 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 21 orang dengan persentase 40,38 % yang menjawab “sering” sebanyak 12 orang dengan persentase 23,08 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 14 orang dengan persentase 26,92 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 5 orang dengan persentase 9,61 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membeli mengikuti tren/ gaya hidup. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 21 orang (40,38 %).

TABEL IV.28
SISWA MEMBELI INGIN MEMUASKAN DARI RASA LAPAR HAUS

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	27	51,92 %
B	Sering	11	21,15 %
C	Kadang-Kadang	10	19,23 %
D	Tidak Pernah	4	7,69 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 27 orang dengan persentase 51,92 % yang menjawab “sering” sebanyak 11 orang dengan persentase 21,15 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 10 orang dengan persentase 19,23 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 4 orang dengan persentase 7,69 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membeli ingin memuaskan dari rasa lapar dan haus . Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 27 orang (51,92 %).

TABEL IV.29
SISWA Mencari Informasi Jenis Produk Sebelum Membeli

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	6	11,54 %
B	Sering	7	13,46 %
C	Kadang-Kadang	34	65,38 %
D	Tidak Pernah	5	9,61 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 6 orang dengan persentase 11,54 % yang menjawab “sering” sebanyak 7 orang dengan persentase 13,46 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 34 orang dengan persentase 65,38 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 5 orang dengan persentase 9,61 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa jarang mencari informasi Produk sebelum membeli. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “kadang-kadang” lebih banyak dengan persentase 34 orang (65,38 %).

TABEL IV.30
SISWA INGIN Mencari VARIASI SEBELUM MEMBELI
PRODUK

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	5	9,61 %
B	Sering	11	21,15 %
C	Kadang-Kadang	21	40,38 %
D	Tidak Pernah	15	28,85 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 5 orang dengan persentase 9,61 % yang menjawab “sering” sebanyak 11 orang dengan persentase 21,15 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 21 orang dengan persentase 40,38 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 15 orang dengan persentase 28,85 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa jarang mencari variasi sebelum membeli produk. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “kadang-kadang” lebih banyak dengan persentase 21 orang (40,38 %).

TABEL IV.31
SISWA MEMBELI KAREANA INGIN MENDAPAT
KUALITAS PRODUK

Option	Alternatif Jawaban	F	P
A	Selalu	23	44,23 %
B	Sering	16	30,77 %
C	Kadang-Kadang	11	21,15 %
D	Tidak Pernah	2	3,84 %
	JUMLAH	52	100%

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan tabel di atas. Responden yang menjawab “selalu” sebanyak 23 orang dengan persentase 44,23 % yang menjawab “sering” sebanyak 16 orang dengan persentase 30,77 % yang menjawab “kadang-kadang” sebanyak 11 orang dengan persentase 21,15 % yang menjawab “tidak pernah” sebanyak 2 orang dengan persentase 3,84 %.

“tidak pernah” sebanyak 2 orang dengan persentase 3,84 %. Dapat disimpulkan bahwa siswa selalu membeli barang / jasa yang berkualitas. Hal ini dapat dilihat dari jumlah responden yang menjawab “selalu” lebih banyak dengan persentase 23 orang (44,23%).

TABEL IV.32
REKAPITULASI ANGKET (Y)

NO	ALTERNATIF JAWABAN									
	A	%	B	%	C	%	D	%	F	P
1	16	30,77 %	9	17,31 %	23	44,23 %	4	7,69 %	52	100%
2	26	50 %	10	19,23 %	10	19,23 %	6	11,54 %	52	100%
3	20	38,46 %	18	34,62 %	10	19,23 %	4	7,69 %	52	100%
4	5	9,61 %	5	9,61 %	38	73,08 %	4	7,69 %	52	100%
5	31	59,62 %	15	28,85 %	5	9,61 %	1	1,92 %	52	100%
6	18	34,62 %	15	28,85 %	15	28,85 %	4	7,69 %	52	100%
7	10	19,23 %	8	15,38 %	26	50 %	8	15,38 %	52	100%
8	6	11,54 %	9	17,31 %	30	57,69 %	7	13,46 %	52	100%
9	21	40,38 %	12	23,08 %	14	26,92 %	5	9,61 %	52	100%
10	5	9,61 %	11	21,15 %	21	40,38 %	15	28,85 %	52	100%
11	23	44,23 %	16	30,77 %	11	21,15 %	2	3,84 %	52	100%
12	6	11,54 %	7	13,46 %	34	65,38 %	5	9,61 %	52	100%
13	27	51,92 %	11	21,15 %	10	19,23 %	4	7,69 %	52	100%
N	214	411,53%	146	280,76%	247	475%	69	132,69%	676	1300%

Berdasarkan rekapitulasi angket keseluruhan Perilaku Membeli

Siswa dapat penulis persentasekan sebagai berikut :

Untuk alternative jawaban A di beri sekor : 4

Untuk alternative jawaban B di beri sekor : 3

Untuk alternative jawaban C di beri sekor : 2

Untuk alternative jawaban D di beri sekor : 1

Berdasarkan angket tersebut dapat diketahui

Untuk jawaban A = $214 \times 4 = 856$

Untuk jawaban B = $146 \times 3 = 438$

Untuk jawaban C = $247 \times 2 = 494$

Untuk jawaban D = $\frac{69 \times 1}{1} = 69$

JUMLAH = 1857

Dengan rumus : $P = \frac{F}{N} 100\%$

$F = 865 + 438 + 494 + 69$

$N = 675 \times 4 = 2704$

$$P = \frac{1857}{2704} 100\%$$

$$P = 68,67 \%$$

Berdasarkan hasil setelah dipersentasekan lalu angka ditafsirkan dengan kalimat yang bersifat kualitatif, kriterianya sebagai berikut:

Sangat Baik	81 – 100%
Baik	61 – 80 %
Cukup Baik	41 – 60 %
Kurang Baik	21 – 40%
Sangat Tidak Baik	0 – 20%

Melihat perhitungan diatas bahwa perilaku membeli siswa tergolong baik dengan persentase 68,67%. Adapun hasil penjumlahan tersebut sebagai berikut:

38	30	35	46	22	37	32	32	30	33
31	39	38	35	35	44	34	30	28	40
38	38	41	36	39	42	36	37	34	34
27	38	30	35	29	29	38	36	34	38
38	40	43	41	34	45	40	38	34	30
38	38								

- a. Urutan data dari yang terkecil ke data terbesar:

46	45	44	43	42	41	41	40	40	40
39	39	38	38	38	38	38	38	38	38
38	38	38	37	37	36	36	36	35	35
35	35	34	34	34	34	34	34	33	32
32	31	30	30	30	30	30	29	29	28
27	22								

- b. $R = \text{data tertinggi} - \text{data terendah}$

$$R = 46 - 22$$

$$R = 24$$

- c. Banyak Kelas $= 1 + 3,3 \log n$

$$= 1 + 3,3 \log 52$$

$$= 6,68 \text{ di bulatkan } 7$$

- d. Panjang Kelas $P = \frac{\text{rentang}}{\text{banyak kelas}}$

$$= \frac{24}{7}$$

$$= 3,43 \text{ dibulatkan } 4$$

Tabel IV.33
DISTRIBUSI FREKUENSI PEMBOBOTAN JAWABAN
ANGKET TENTANG PERILAKU MEMBELI SISWA

Perilaku (Y)	F
22 - 25	1
26 - 29	4
30 - 33	9
34 - 37	15
38 - 41	18
42 - 45	4
46 - 49	1
N	52

Sumber: Data Olahan

C. Analisis Data

1. Data Tentang Materi Prinsip Ekonomi Konsumen

Data tentang Materi Prinsip Ekonomi Konsumen dalam bentuk skor-skor, selanjutnya akan dianalisis dengan bantuan program SPSS versi 16.0, maka hasil outputnya sebagai berikut:

Tabel IV.34
DESCRIPTIVE STATISTICS (X)

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MATERI	52	23.00	44.00	35.1923	5.47020
Valid N (listwise)	52				

Sumber: Data Hasil Analisis Dengan SPSS Versi 16.0

Tabel di atas diketahui bahwa variabel Materi Prinsip Ekonomi Konsumen skor terendah 23,00 skor tertinggi 44,00 Mean (M) 35.19 dan Standard Deviasinya (SD) 5.47

Tabel IV.35
DISTRIBUSI FREKWENSI RELATIVE TENTANG
MATERI PRINSIP EKONOMI KONSUMEN (X)

No	Kategori	Skor	f	Persentase (%)
1	Sangat Baik	di atas 40,66	10	19,23 %
2	Baik	37,94 s/d 40,66	10	19,23 %
3	Cukup Baik	32,46 s/d 37,93	16	30,77 %
4	Kurang Baik	26, 99 s/d 32,45	14	26,92 %
5	Tidak Baik	di bawah 26,99	2	3,85 %
Jumlah			52	100%

Sumber: Data Olahan

Tabel di atas dapat dilihat gambaran tentang materi prinsip ekonomi konsumen yang secara umum tergolong sangat baik, yakni sebanyak 10 orang atau sebesar 19,23 % pada kategori baik sebanyak 10 orang atau sebesar 19,23 %, pada kategori cukup baik sebanyak 16 orang atau sebesar

30,77 % pada kategori kurang baik sebanyak 14 orang atau sebesar 26,92 % pada kategori tidak baik sebanyak 5 orang atau sebesar 3,85 %.

2. Data Tentang Perilaku Membeli Siswa

Data tentang Perilaku Membeli Siswa dalam bentuk skor-skor, selanjutnya akan dianalisis dengan bantuan program SPSS versi 16.0, maka hasil outputnya sebagai berikut:

Tabel IV.36
DESCRIPTIVE STATISTICS

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PERILAKU	52	22.00	46.00	35.7115	4.85207
Valid N (listwise)	52				

Sumber: Data Hasil Analisis Dengan SPSS Versi 16.0

Tabel di atas diketahui bahwa variabel perilaku membeli siswa skor terendah 22,00 skor tertinggi 46,00 Mean (M) 35.71 dan Standard Deviasinya (SD) 4.85

Tabel IV.37
DISTRIBUSI FREKWENSI RELATIVE TENTANG PERILAKU MEMBELI SISWA (Y)

No	Kategori	Skor	f	Persentase (%)
1	Sangat Baik	di atas 40,16	7	13,46 %
2	Baik	37,94 s/d 40,16	16	30,77 %
3	Cukup Baik	33,49 s/d 37,93	15	28,84 %
4	Kurang Baik	29,03 s/d 33,48	9	17,31 %
5	Tidak Baik	di bawah 29,03	5	9,62 %
Jumlah			52	100%

Sumber: Data Olahan

Tabel di atas dapat dilihat gambaran tentang perilaku membeli siswa yang secara umum tergolong sangat baik, yakni sebanyak 7 orang atau sebesar 13,46 % pada kategori baik sebanyak 16 orang atau sebesar

30,77 %, pada kategori cukup baik sebanyak 15 orang atau sebesar 28,84% pada kategori kurang baik sebanyak 9 orang atau sebesar 17,31 % pada kategori tidak baik sebanyak 5 orang atau sebesar 9,62 %.

3. Analisis Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

Mengetahui apakah terdapat pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru maka data yang ada akan dianalisis dengan regresi linier dengan metode kuadrat terkecil. Dalam memproses data, penulis menggunakan bantuan perangkat komputer melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.0 for Windows. Langkah yang digunakan dalam menganalisa data yaitu:

a. Mengubah Data Ordinal ke Data Interval

Data tentang materi prinsip ekonomi konsumen dan data perilaku membeli siswa merupakan data ordinal, yang selanjutnya akan diubah menjadi data interval, agar terdapat data yang signifikan. Adapun langkah-langkah untuk mengubah data ordinal menjadi data interval, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

“Terlampir” (Lampiran 5 dan 6)

Selanjutnya hanya data interval yang akan dianalisis. Pengujian persyaratan analisis menunjukkan bahwa skor setiap variabel penelitian telah memenuhi persyaratan untuk dipakai dalam pengujian

statistik lebih lanjut. Adapun tujuan dilakukan pembuktian hipotesis ini yaitu untuk melihat besarnya pengaruh independent variabel (variabel bebas) yaitu materi prinsip ekonomi konsumen (variabel terikat) yaitu perilaku membeli siswa. Dalam teknik analisis data ini penulis menggunakan perangkat komputer melalui program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 16.0. for Windows. Langkah berikutnya dalam menganalisa data yaitu:

b. Uji Linieritas

Hipotesis yang di uji adalah:

Ho : Distribusi data yang diteliti tidak mengikuti bentuk yang linier.

Ha : Distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk yang linier.

Dasar pengambilan keputusan:

Jika probabilitas > 0.05 Ho diterima

Jika probabilitas < 0.05 Ho ditolak

Melalui bantuan SPSS versi 16.0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel IV.38
ANALISIS OF VARIANCE (ANOVA)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2577.889	1	2577.889	51.012	.000 ^a
	Residual	2526.754	50	50.535		
	Total	5104.644	51			

a. Predictors: (Constant), MATERI

b. Dependent Variable: PERILAKU

Sumber: Data Hasil Analisis Dengan SPSS Versi 16.0

Hasil perhitungan, uji linieritas diperoleh F hitung = 51,012 dengan tingkat probabilitas 0,000. Oleh karena probabilitas $0,000 <$

0.05 maka distribusi data yang diteliti mengikuti bentuk linier (H_0 ditolak, H_a diterima). Model regresi dapat dipakai untuk meramalkan materi prinsip ekonomi konsumen. Hal ini mengisyaratkan bahwa untuk mencari signifikansi korelasi antara kedua variabel bisa menggunakan rumus Korelasi Product Moment.

c. Persamaan Regresinya adalah

Lebih jelasnya perhitungan koefisien regresi dengan program komputer SPSS for Windows versi 16.0 dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.39
COEFISIEN REGRESI LINEAR

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	14.457	5.074		2.849	.006	4.266	24.647
MATERI	.711	.100	.711	7.142	.000	.511	.911

a. Dependent Variable:
PERILAKU

Sumber: Data Hasil Analisis Dengan SPSS Versi 16.0

$$Y = 14,457 + 0.711X$$

Hasil analisis diperoleh persamaan regresi linear yaitu $Y = 14,457 + 0.711X$. Artinya setiap terjadi penambahan satu-satuan pada variabel X (materi prinsip ekonomi konsumen), maka terjadi kenaikan pada variabel Y (perilaku membeli siswa) sebesar 0.711.

d. Pengujian Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa SMP Dwi Sejahtera Pekanbaru

Hipotesis yang diuji adalah:

H_a : Terdapat Pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

H_o : Tidak terdapat Pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

Memperoleh nilai r atau korelasi antara variabel X (materi prinsip ekonomi konsumen) dengan Variabel Y (perilaku membeli siswa) dapat dilihat melalui program komputer SPSS for Windows versi 16.0 sebagai berikut:

Tabel IV.40
PEARSON CORRELATIONS

		PERILAKU	MATERI
Pearson Correlation	PERILAKU	1.000	.711
	MATERI	.711	1.000
Sig. (1-tailed)	PERILAKU	.	.000
	MATERI	.000	.
N	PERILAKU	52	52
	MATERI	52	52

Sumber: Data Hasil Analisis Dengan SPSS Versi 16.0

Hasil perhitungan diperoleh nilai r (*Pearson Correlation*) 0,711 dengan tingkat probabilitas 0,000. Oleh karena probabilitas lebih kecil dari 0,05 maka H_o ditolak, artinya ada pengaruh antara Materi

Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

Tabel IV.41
NILAI KOEFISIEN KORELASI PRODUCT MOMENT

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.711 ^a	.505	.495	7.10880

a. Predictors: (Constant), MATERI

b. Dependent Variable: PERILAKU

Sumber: Data Hasil Analisis Dengan SPSS Versi 16.0

Besarnya koefisien Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru adalah 0.505 Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui :

$$df = N - nr$$

$$df = 52 - 2$$

$$df = 50$$

r_t (tabel) pada taraf signifikan 5% = 0,273

r_t (tabel) pada taraf signifikan 1% = 0,354

1. r_o (observasi) = 0.505 bila di bandingkan r_t (tabel) pada taraf signifikan 5% ($0.505 > 0,273$) Ini berarti H_a diterima, H_o di tolak.
2. r_o (observasi) = 0.505 bila di bandingkan r_t (tabel) pada taraf signifikan 1% ($0.505 > 0,354$) Ini berarti H_a diterima, H_o di tolak.

Koefisien Determinasi (R Square) adalah 0.505. Kontribusi Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu

Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa adalah sebesar $0,505 \times 100\% = 50,5\%$ selebihnya ditentukan oleh variabel lain.

e. Kesimpulan Pengujian Hipotesis.

Disimpulkan “Terdapat pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru, dapat diterima, dengan sendirinya H_0 ditolak ”. Dengan kata lain semakin baik materi prinsip ekonomi konsumen pada mata pelajaran ilmu pengetahuan sosial terpadu semakin baik pula perilaku membeli siswa.

BAB V

P E N U T U P

A. Kesimpulan

Penulis menyajikan data yang di peroleh melalui angket, kemudian di analisis, maka terjawab permasalahan yang penulis rumuskan pada bab terdahulu di atas. besarnya koefisien Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru adalah r_o (observasi) 0.505 Dari hasil analisis tersebut dapat diketahui : $df = 50$, r_t (tabel) pada taraf signifikan 5% = 0, 273, r_t (tabel) pada taraf signifikan 1% = 0,354

1. r_o (observasi) = 0.505 bila di bandingkan r_t (tabel) pada taraf signifikan 5% ($0.505 > 0,273$) Ini berarti H_a diterima, H_o di tolak.
2. r_o (observasi) = 0.505 bila di bandingkan r_t (tabel) pada taraf signifikan 1% ($0.505 > 0,354$) Ini berarti H_a diterima, H_o di tolak.

Kontribusi Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa adalah sebesar $0,505 \times 100\% = 50,5\%$ selebihnya ditentukan oleh variabel lain.

Disimpulkan “Terdapat pengaruh, Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru, dapat diterima, dengan sendirinya H_o ditolak ”. Dengan kata lain semakin baik

materi prinsip ekonomi konsumen pada mata pelajaran ilmu pengetahuan sosial terpadu semakin baik pula perilaku membeli siswa

B. Saran

Memperhatikan hasil penelitian di atas, maka penulis ingin memberikan saran-saran untuk dapat di pertimbangkan kepada yang bersangkutan. Saran-saran tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan prestasi belajar, pihak sekolah dapat meningkatkan proses pembelajaran yang kondusif khususnya dalam peningkatan fasilitas belajar siswa serta peningkatan kesejahteraan guru dan karyawan.
2. Pihak guru dan orang tua dalam mengajar dan mendidik perlu menerapkan prinsip ekonomi konsumen dalam kegiatan ekonomi sehari-hari agar siswa ikut menerapkan materi pelajaran prinsip ekonomi konsumen. Agar materi yang disampaikan benar diamalkan.
3. Siswa hendaknya ikut aktif dalam menerapkan materi prinsip ekonomi dan berperilaku membeli sesuai dengan prinsip ekonomi agar siswa mendapat manfaat setelah mengeluarkan uang.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini tidak terlepas dari kelemahan dan kesalahan, untuk kesempurnaan skripsi ini diharapkan saran dan kritik dari pembaca yang sifatnya membangun.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis, akhirnya penulis mengucapkan semoga Allah SWT memberi maghfiroh kepada kita semua dan senantiasa membalas perbuatan kita yang selalu berusaha dengan ikhlas. Amiin.

DAFTAR PUSTAKA

- Abu Ahmadi, 2001, *Ilmu pendidikan*, Semarang: Rineka cipta.
- Anas Sudijono. 2008, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- _____, 1987, *Pengantar Statistik Pendidikan*, Jakarta: Rajawali, Cet, 1.
- Damsar, 2002, *Sosiologi Ekonomi*, Jakarta, Raja Grafindo Persada.
- Deliarnov, 1995, *Pengantar ekonomi makro*, Jakarta: UI Press .
- _____, 2005. *Perkembangan Pemikiran Ekonomi*, Jakarta: UI-press.
- Dimiyati, 2006. *Belajar dan Pembelajaran*, Jakarta: Rineka Cipta
- Depdikbud RI, 1999, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta, Balai Pustaka.
- Hartono, 2010. *Analisis Item Instrumen*, Bandung: Nusa Media.
- _____, 2008. *SPSS 16.0 Analisis Data Statistik dan Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- _____, 2009. *Statistik Untuk Penelitian*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Hendry Faizal Noor. 2007, *Ekonomi Manajerial* .Jakarta, Grafindo persada.
- Husaini Usman, 2008, *Pengantar Statistik*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Husein Umar, 2005, *Pemasarandan Prilaku Konsumen*, Jakarta; Gramedia Pustaka Utama.
- Indra Djati Sidi. 2001. *Menuju Masyarakat Belajar*. Jakarta: Pramadinahal
- Karl E.Case, 2007. *Prinsip-prinsip Ekonomi Mikro*. Jakarta: Indeks.
- Kotler. 2008, *Prinsip-prinsip pemasaran*, Jakarta: Erlangga.
- Kusnadi dkk, 2008, *Strategi pembelajaran ilmu pengetahuan sosial (IPS)*, Pekanbaru: Yayasan pustaka Riau.
- Leslie Lazar Kanuk, 2003. *Perilaku konsumen*, Jakarta: Indeks.

- Loren Bagus, 2005. *Kamus Filsafat*, Jakarta: Gramedia
- Muh. Nurdin, 2008. *Mari Belajar Ilmu Pengetahuan Sosial*, Jakarta: Putra Nugraha.
- M. Taufiq Amir, 2005. *Dinamika Pemasaran*, Jakarta: Raja Grafindo.
- N. Grory Mankiw, 2003. *Pengantar Ekonomi*, Jakarta: Erlangga.
- Nugroho J.Setiadi, 2008. *Perilaku konsumen*, Jakarta: Kencana.
- Riduwan, 2009, *Belajar Mudah Penelitian Untuk Guru dan Karyawan dan Peneliti Pemula*, Bandung : Alfabeta.
- Rahmat Winarno, 2010, *Ilmu Pengetahuan Sosial*, Harapan Makmur
- Sadono Sukirno, 2006, *Ekonomi Mikro*. Jakarta: Grafindo Fersada.
- Ujang Sumarwan, 2004, *Perilaku Konsumen Tiori Dan Penerapan Daalam Pemasaran*. Bogor Selatan: Galia Indonesia
- Wina Sanjaya, 2008, *Perencanaandan Desain Sistem Pembelajaran*, Medi Group.

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1	:	Angket (X)
LAMPIRAN 2	:	Angket (Y)
LAMPIRAN 3	:	Rekapitulasi jawaban angket (X)
LAMPIRAN 4	:	Relapitulasi jawaban angket (Y)
LAMPIRAN 5	:	Perubahan data dari ordinal ke interval (X)
LAMPIRAN 6	:	Perubahan data dari ordinal ke interval (Y)
LAMPIRAN	:	Pasangan data interval X dan Y
LAMPIRAN 8	:	Out put SPSS Versi 16.0
LAMPIRAN 9	:	Tabel nilai koefesien kolerasi “r” product moment taraf signifikan 5% dan 1 %

LAMPIRAN 1

ANGKET (X)

Ketentuan Pengisian Angket

1. Penyebaran angket ini bertujuan untuk kepentingan penelitian ilmiah.
2. Angket ini tidak berpengaruh pada nilai saudara.
3. Pilihlah salah satu jawaban di bawah ini yang saudara anggap benar dengan memberi tanda silang (X) pada option jawaban.

Nama :

Kelas :

Soal Angket:

1. Siswa memahami pengertian prinsip ekonomi....
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
2. Siswa dapat menjelaskan pengertian prinsip ekonomi
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
3. Siswa dapat mengetahui macam-macam prinsip ekonomi
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
4. Siswa dapat memahami macam-macam prinsip ekonomi konsumen.....
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
5. Siswa dapat menjelaskan macam-macam prinsip ekonomi konsumen.....
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah

Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

6. Siswa dapat mengetahui penerapan prinsip ekonomi konsumen.....
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
7. Siswa dapat memahami penerapan prinsip ekonomi konsumen.....
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
8. Siswa menerapkan prinsip ekonomi konsumen dalam kehidupan sehari-hari...
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
9. Siswa dapat mengetahui tujuan prinsip ekonomi dalam kehidupan....
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah
10. Siswa dapat memahami tujuan prinsip ekonomi konsumen.....
A. Selalu C. Kadang-kadang
11. Siswa dapat menjelaskan tujuan prinsip ekonomi konsumen.....
A. Selalu C. Kadang-kadang
B. Sering D. Tidak pernah

Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

LAMPIRAN 2

ANGKET (Y)

Ketentuan Pengisian Angket

1. Penyebaran angket ini bertujuan untuk kepentingan penelitian ilmiah.
2. Angket ini tidak berpengaruh pada nilai saudara.
3. Pilihlah salah satu jawaban di bawah ini yang saudara anggap benar dengan memberi tanda silang (X) pada option jawaban.

Nama :

Kelas :

Soal Angket:

1. Apakah siswa membeli dipengaruhi kebiasaan kelompok.....
A. Selalu
B. Sering
C. Kadang-kadang
D. Tidak pernah
2. Apakah siswa membeli dipengaruhi keadaan ekonomi/keuangan
A. Selalu
B. Sering
C. Kadang-kadang
D. Tidak pernah
3. Apakah siswa membeli dipengaruhi lingkungan sosial
A. Selalu
B. Sering
C. Kadang-kadang
D. Tidak pernah
4. Apakah siswa membeli mengikuti teman disekitar...
A. Selalu
B. Sering
C. Kadang-kadang
D. Tidak pernah
5. Apakah siswa membeli produk dipengaruhi keluarga.....
A. Selalu
B. Sering
C. Kadang-kadang
D. Tidak pernah

Pengaruh Materi Prinsip Ekonomi Konsumen pada Mata Pelajaran Ilmu Pengetahuan Sosial Terpadu terhadap Perilaku Membeli Siswa Sekolah Menengah Pertama Dwi Sejahtera Pekanbaru.

6. Apakah siswa membeli produk berdasarkan keinginan pribadi
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah
7. Apakah siswa membeli produk menyesuaikan diri berdasarkan usia
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah
8. Apakah siswa membeli produk menyesuaikan pekerjaan sebagai pelajar
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah
9. Apakah siswa membeli produk mengikuti tren/ gaya hidup
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah
10. Apakah siswa membeli ingin menuaskan dari rasa lapar/haus
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah
11. Apakah siswa mencari informasi jenis produk sebelum membeli
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah
12. Apakah siswa membeli mencari variasi produk / mengkoleksi...
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah
13. Apakah siswa membeli ingin mendapat kualitas produk ...
 - A. Selalu
 - B. Sering
 - C. Kadang-kadang
 - D. Tidak pernah